


牛乳・乳製品の消費動向に 関する調査



平成4年3月

社団法人 全国牛乳普及協会
後援：農林水産省 畜産振興事業団

はじめに

この報告書は、平成3年度に実施しました「牛乳・乳製品の消費動向に関する調査」の結果をとりまとめたものです。

昭和62年度から始めましたこの調査も、今回で5年目になります。このため、牛乳・乳製品の需要動向や消費者の意識がどのような方向に向かっているのか、時系列でも明解な動きを見ることができます。また、本年は牛乳の購入場面での選択基準の再検証や飲用場面別の牛乳の競合となる商品は何かなど、今後の需要拡大のための基礎資料となるデータを得ることも目的としました。

この調査報告書を、今後の牛乳・乳製品の消費拡大のための参考資料として、ご活用いただければ幸いです。

平成4年3月

社団法人 全国牛乳普及協会
会 長 昌 谷 孝

目 次

調査設計	
調査の目的	1
調査方法	3
調査結果の要約と消費拡大のための課題	
調査結果の要約	7
消費拡大のための課題	11
調査結果の詳細	
I 牛乳に対する態度	15
1. 牛乳の位置づけ	15
2. 牛乳の好きな人	21
3. 牛乳の飲用場面イメージ	23
4. 牛乳の飲用頻度と量	24
1) 牛乳の飲用頻度	24
2) 牛乳の飲用量	26
5. 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性	34
1) 現在の健康状態	34
2) アルコールやタバコと牛乳	35
3) スポーツと牛乳	36
4) 健康に対する配慮	37
6. 牛乳を飲む理由	38
7. 牛乳をあまり飲まない理由	41
8. 牛乳に関する知識	43
1) 牛乳に関する知識	43
2) 牛乳に関する知識と飲用量との関係	48

9. 「骨粗鬆症」に対する知識	49
1) 言葉の認知率	49
2) 「骨粗鬆症」の内容	51
3) 「骨粗鬆症」の認知経路	53
II 牛乳の購入実態	54
1. 牛乳の購入頻度と量	54
1) 牛乳の購入頻度	54
2) 牛乳の購入量	56
3) 牛乳の購入量と健康への気配り	58
4) 牛乳を買わない理由	59
2. 購入場所	60
3. 牛乳購入時に気をつけること	62
4. 価格意識	64
5. 牛乳の種類認知と買いたい種類	67
III 食べる牛乳	70
1. 牛乳料理の摂取頻度	70
2. 牛乳を料理に使う頻度	71
3. 牛乳を料理に使わない理由	73
4. 料理法	75
IV 乳製品等に関する意識	77
1. 乳製品等の位置づけ	77
2. 乳製品に関する知識	80
3. 乳製品の利用状況	84

4. 乳製品の摂取頻度	88
5. 輸入乳製品に対する態度	89
1) 輸入乳製品の購入頻度	89
2) 乳製品購入時の輸入か国産かの意識度	91
V 牛乳に対する消費者の今後の意向	94
1. ここ1～2年の牛乳の飲用量の変化	94
2. 今後2～3年後の牛乳の飲用量の変化	97
3. 今後の牛乳の消費量	100
4. 乳製品に対する今後の意向	102

〔付 一般消費者用調査票と単純集計結果〕

調 査 設 計

調査の目的

『牛乳・乳製品の消費動向に関する調査』は昭和62年度に全国の消費者やオピニオンリーダー（モニター）の方々を対象に牛乳・乳製品の消費動向を調査したことに始まり、以来、平成2年度まで4回にわたり、毎年全国の消費者に対し調査を行い、牛乳・乳製品の需要動向や意識を時系列でおさえると共に、各年で以下のとおりのテーマを設定し、それぞれ分析を行ってきた。

各年度のテーマ

- 昭和62年度
 - ・諸外国の消費動向の研究
 - ・有識者から牛乳消費拡大のためのアイデアを収集
- 昭和63年度
 - ・牛乳・乳製品の表示に関する知識と評価
 - ・牛乳・乳製品の種類に関する知識の度合
 - ・牛乳・乳製品の輸入自由化に対する意見
- 平成元年度
 - ・牛乳・乳製品の種類の多様化に対して人々がどのように対応しているのか
 - ・各種宅配牛乳の利用実態と意見
 - ・スポーツと牛乳・乳製品のかかわり
- 平成2年度
 - ・スポーツと栄養に関する知識
 - ・スポーツをする人と飲物の関係
 - ・牛乳と競合関係となる飲物

そして、今回平成3年度に実施する第5回調査においては、牛乳・乳製品の需要動向・意識、及び知識と購買行動との関係をさらに明確に時系列でおさえることを、引き続きメインテーマとする。サブテーマとしては、牛乳の購入場面での選択基準についての調査を再度取り上げる。このテーマは、第1回には取り上げられていたが、それ以来取り上げられておらず、5年後の消費者意識の変化を検証する。また、健康意識の高まってきている中で、飲用場面ごとの牛乳の位置づけを明らかにすることをもテーマとする。

上記のように牛乳・乳製品のこれからの動向を探ってゆくことで、今後の需要拡大のための基礎資料を提供したい。

調査の目的

以上のような発想のもとに特に次のテーマを中心に調査を進め、牛乳・乳製品の需要拡大のための方策を探る基礎資料としたい。

- テーマ1 牛乳・乳製品の購入・飲用実態と意識の時系列的変化を追う。
- テーマ2 牛乳・乳製品に対する知識と購買行動との関係を探る。
- テーマ3 牛乳の購入場面での選択基準を再度検証する。
- テーマ4 健康意識の高まりの中での飲用場面別の牛乳の競合商品を探る。
- テーマ5 牛乳・乳製品の消費増加の背景を探る。

調査方法

1. 目的

牛乳・乳製品に関する購入実態、飲・食用実態、牛乳・乳製品に関する意識・イメージの時系列変化を明らかにする。

2. 対象者

13才以上の男女個人及びその世帯の主婦的役割を担う者

6,000サンプル

(単身世帯は本人)

3. 抽出方法

住民基本台帳より層化多段抽出

* 層化多段抽出法の手順は以下の通り。

まず、昭和60年国勢調査時の人口に基づき地域と都市規模（各5分類）により、層化する。

第1次抽出単位として各層毎に市町村を抽出し、第2次抽出単位として国勢調査の調査区を抽出し、第3次抽出単位で個人を抽出する。

調査対象となる個人の抽出は、調査地点の範囲内（調査地点は町・丁目・番地等で指定）の住民登録台帳より、調査対象適格者（今回の場合は13才以上の男女個人）を等間隔に系統抽出する。

4. 地域

全国6,000サンプル（下表参照）

	設定
全国	6,000
北海道	285
東北	480
関東	1,995
中部	690
北陸	285
近畿	1,005
中国	390
四国	210
九州	660

	設定
全国	6,000
12大都市	1,320
15万以上都市	1,710
5万～15万都市	1,170
5万未満の都市	405
郡部	1,395

5. 調査方法

留置併用訪問面接法

6. 調査日時

平成3年10月14日～11月8日

7. 回収状況 回収数 4,714サンプル (78.6%)

未回収数 1,286サンプル (21.4%)

未回収数	転居	長期不在	不在	拒否	住所不明	その他
1,286	134	78	376	530	62	106
100.0%	10.4	6.1	29.2	41.2	4.8	8.2

調査結果の要約と
消費拡大のための提言

〔調査結果の要約〕

1. 牛乳の飲用実態

(1)牛乳の飲用頻度、飲用量ともに昨年を維持

牛乳の平均飲用頻度は1ヵ月の平均で19回であり、1990年と同レベルを維持している。また、平均飲用量は1日当たり平均145mlであり、1990年の144mlと比べると、ほとんど変わらない。

これらのことから、本調査を開始した1987年以来、順調に伸びてきた牛乳の消費量は、今年は伸びが停滞していることが明らかとなった。

(本文中P 24,26)

(2)高齢女性の牛乳飲用量が減少

牛乳の飲用量を年代別にみると、小中学生では1日200ml以上飲んでいるが、学生から社会人になるに従って飲用量が減り、それ以降は130～140ml前後とほぼ一定した飲用傾向になっている。

これを男女別にみると、男性では、20代後半以降若干の増減はあるが、加齢とともにゆるやかな増加がみられる。女性では、高校生、20代前半で減少後、中年層でやや高い水準となり、60代以降減少傾向となっている。(本文中P27)

(3)牛乳の飲用動機は感性面の比重も増加

牛乳を飲む理由は「栄養があるから」や「カルシウムがあるから」といった機能面を重視した回答が上位を占めているが、これらの回答率は前回に比べ下がっている。一方、「好きだから」「おいしいから」といった感性的な回答が伸びてきている。飲物を飲むこと自体が感性中心であり、牛乳も例外ではないようだ。牛乳が飲まれる理由が機能面のみならず、感性面からも重視されるようになってきている。(本文中P38)

2. 牛乳の位置づけ

(1)牛乳だけでなく、乳酸菌飲料やドリンクヨーグルトの好きな率もアップ

牛乳を好きな人の率は59%であり、14品目の中で日本茶に次いで高い。時系列でみると、牛乳を好きな率は年々高くなってきている。ま

た、乳酸菌飲料やドリンクヨーグルト、コーヒー牛乳・フルーツ牛乳などを好きな人も急増している。牛乳のみでなく、いろいろなタイプの牛乳を素材とした飲料が好まれてきていることが明らかとなった。

(本文中P15)

(2)牛乳は朝食時とおやつ、喉が乾いている時によく飲まれている

各種飲料の飲用場面をみると、日本茶は朝食、昼食、夕食など、食事時に飲むことが多い飲料であることがわかる。一方、牛乳は朝食が特に高いが、それ以外での食事時のニーズは比較的高くなく、代わりにおやつや夕食前の空腹時、喉が乾いている時など間食時のニーズが高い飲料であることがわかる。(本文中P23)

3. 牛乳に関する知識

(1)牛乳に関する知識が高いほど牛乳をよく飲んでいる

「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」「歯や骨を守るために女性や中高年の人はできるだけ牛乳を飲んだ方がよい」「牛乳のカルシウムはストレスの解消や集中力の増進に役立つ」など牛乳の知識に関する回答から牛乳に関する知識の度合いによる飲用量を算出してみると、牛乳に関して正しい知識を持っている人ほど、牛乳の飲用量が多い。つまり、牛乳の飲用量の増大のためには、牛乳の正しい知識の普及が不可欠であることが明らかになった。(本文中P48)

(2)牛乳に関する知識は男性より、女性の方が高く、高齢層ほど高い

牛乳に関する知識の程度は、性別では男性より女性の方が、年齢別では高齢層ほど知識が豊かな人が多い。つまり、若年層や男性での知識が不足しており、この層を中心とした知識の普及が期待される。

(本文中P47)

(3)骨粗鬆症の認知率は5割を越えた

「骨粗鬆症」という言葉の認知率は年々上昇し、今年は58%となった。つまり、13歳以上の国民の過半数が知っているわけであり、これ

は今後の牛乳の普及のためにも大きなプラスの効果をもたらすだろう。

(本文中P49)

4. 牛乳の購入実態

(1)牛乳の購入頻度・購入量ともに昨年をやや下回る

牛乳の購入頻度は月平均で14.7回であり、前回の15.2回に比べるとやや減少している。また、購入量も1世帯当たり1週間平均で3.6ℓであり、前回の3.9ℓをやや下回っている。(本文中P54,56)

(2)牛乳購入時には製造年月日に気をつける

牛乳を購入する際に、90%の主婦が製造年月日に気をつけている。次いで賞味期間、賞味期限に気をつけている率が高い。これは価格やメーカー名に気をつける率より高く、牛乳を購入する際に、主婦層を主体とする消費者にとっては『新鮮さ』が重要なポイントであることが明らかである。(本文中P62)

(3)「濃厚牛乳」と「ローファットミルク」は認知率も購入意向も高い

牛乳の種類についての認知率は、濃厚牛乳とローファットミルクがともに70%以上と高い。本調査で示した9種類の牛乳のうち6種類が5割以上の主婦に認知されており、牛乳の種類認知が普及してきていることがわかる。

また、この中で買いたい牛乳としては、濃厚牛乳とローファットミルクが高いが、ビタミン入り牛乳などもこれらとほぼ同率で高い。この中でビタミン入り牛乳などは認知率の点では高くないが、購入の意向が高いことが注目される。(本文中P67)

5. 乳製品の位置づけと利用状況

(1)チーズを好きな人が増えている

調査を行ったバター、チーズ、ヨーグルト及びマーガリンの中ではヨーグルトを好きな人が最も多く、次いで、チーズを好きな人が多い。特に、チーズは好きな人の割合が近年増えてきている点が注目される。

(本文中P77)

(2)チーズの利用率が上がっている

いろいろな乳製品の利用率の中で、今回はプロセスチーズをはじめとして、粉チーズ、ナチュラルチーズ、クリームチーズなどチーズ類の伸びが顕著である。プロセスチーズだけでなく、いろいろな種類のチーズが食卓にのぼるようになってきているようだ。(本文中P84)

6. 今後の意向

消費者は2～3年後、牛乳の消費量が増えると予測している

今後の牛乳の飲用量についてみると、増やしていくが22%、今と同じ位に飲むが65%であり、減らしていくという人は1%のみである。つまり、現状維持もしくは増やしていくが消費者のほとんどの意向といえる。

また、世帯としての牛乳の消費量の予測をみても、増えるが24%、減るが5%、今と同じ位が71%であり、個人消費量の予想とほぼ同じ傾向を示している。

これらから、全体としては今後牛乳の消費量は増えていくと見込まれる。(本文中P 97,100)

〔消費拡大のための課題〕

今回の消費動向調査では牛乳の飲用量、購入量ともに伸び悩みがみられた。この背景としては、1991年の夏から秋の不順な天候状態が大きく影響していると言われている。この停滞から脱し、さらに今後の伸びを確実なものとするためには様々な対策が必要である。そのために、次のようなことが課題となろう。

1. 栄養面の訴求と共に感性面での訴求も

牛乳が良質のタンパク質とカルシウムを多く含む食品であることは、よく知られており、そのような機能を求めて牛乳を飲む人が多い。しかし、機能面を重視するだけでなく、感性的な面、つまり、おいしいこと、好きなこともより重視されるようになってきている。これは特に子供の頃から牛乳に慣れ親しんできた若い層で強い。今後こういう層が牛乳飲用の主体となっていくことから、機能面ばかりでなく、感性的な訴求にも力を入れていく必要が高まってきている。

2. 牛乳を素材にした飲物や製品の開発キャンペーンを

今回の調査では、好きな飲物として、乳飲料、乳酸菌飲料やドリンクヨーグルトをあげる人が増えており、また、チーズ類の利用率が伸びている。牛乳のみでなく、牛乳を素材とした飲物や製品への関心が高まってきていることがわかる。特に最近では、牛乳を素材とした飲物や製品の種類が増えてきている。牛乳の消費量の拡大のためには、このような牛乳を素材とした新製品の開発やそのキャンペーンなども有効な方策であろう。

3. 3度の食事に牛乳を

牛乳の飲用場面をみると、朝食にはよく飲まれているが、昼食、夕食時にはあまり飲まれていない。代わりにおやつや夕食前の空腹時、喉が乾いている時など、間食時のニーズが強くみられる。一方、高い飲用率を誇る日本茶では、3度の食事時に飲まれる率が高い。牛乳の飲用量をさらに伸ばすためには、やはり3度の食事時に飲んでもらうことが有効ではないだろうか。

現在、子供の頃から水代わりに牛乳を飲む習慣が身についている若い

層が多くみられるが、食事時に牛乳を飲む習慣の定着に向けた努力が必要であろう。牛乳料理の普及という従来のキャンペーンとあわせ、和食洋食に限らず食事の時には牛乳と一緒に飲もうといったキャンペーンを行うことにより、より一層の消費拡大効果が期待できよう。

4. 牛乳紙容器の大型化を

牛乳は平均で1ヵ月当たり15回、1世帯1週間当たり平均3.6ℓ購入されている。つまり、2日に1回1ℓパック1本の購入が平均的な像となっている。ただし、牛乳の購入頻度はこの5年ほどの間大きく伸びておらず、頻度を増やすことで牛乳の購入量を増加させることは難しいようである。

現在、1パックの容量が1.2～1.5ℓのものが一部市場に出回っている。2日に1回1パックという購入パターンを維持しつつ、購入量を増加させるには、容量を増やすのが最も有効な手段であろう。最近では炭酸飲料や紅茶のペットボトルは1.5ℓが主流であり、牛乳パックが多少大型化しても冷蔵庫に入らないという弊害を心配する必要はない。こうした大型パックによる供給も今後の形態として注目される。

5. 焦点を絞った牛乳の知識普及キャンペーンを

牛乳の飲用量は牛乳に関する知識が豊かなほど多いことから、飲用量の増大のためには、牛乳の知識普及を推進する必要がある。特に、年齢層でいえば、10代後半と男性の20～30代の知識の普及程度が低い傾向がみられ、また、骨粗鬆症の多発しやすい高齢女性においても飲用量の減少傾向がみられた。内容的にみても、牛乳飲用と肥満、カロリー、血圧の関係等については、牛乳の知識としては必ずしも適切でない回答をする人の割合が高い。

従って、今後の知識普及のキャンペーンとして、以上の年齢層をターゲットに、学校、職場、家庭等において、それぞれの訴求効果を最大限に発揮できるような方法により、牛乳の栄養知識の普及活動を展開するとともに、特に知識としてまだ不十分なあるいは誤解を招きやすい点を重点的に牛乳への理解を深め、イメージの刷新を図ることが必要であろう。

調査結果の詳細

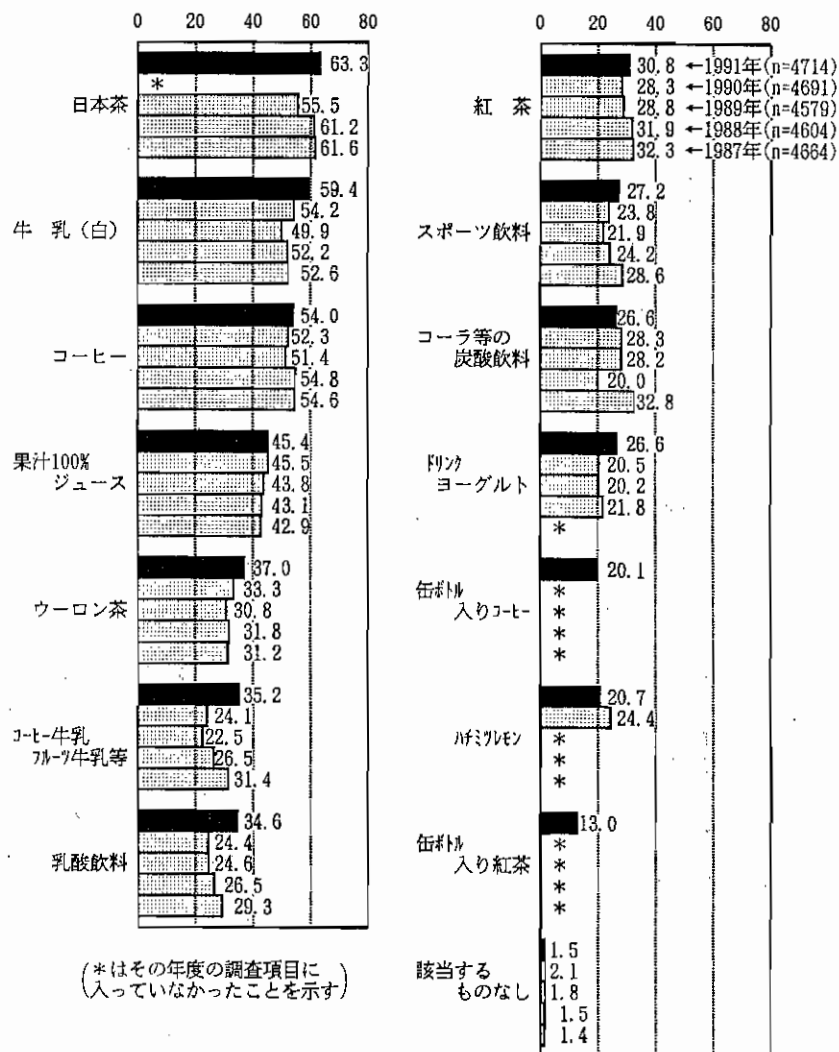
I 牛乳に対する態度

1. 牛乳の位置づけ

コーラなど炭酸飲料、果汁100%ジュースなどコーヒー14品目の中で、牛乳がどのように位置づけられているのか見るために、まず「好きなもの」はどれかを聞いた。

好きな飲物としては、牛乳（白）をあげる人は日本茶（63%）に次いで2番目に多く（59%）、3番目はコーヒー（54%）である。牛乳（白）を好きな人は、過去4回のうちで最も多く、上昇がみられる。また、コーヒー牛乳・フルーツ牛乳や乳酸菌飲料を好きな人は前回、前々回に比べ、10ポイントも高くなっているに注目できる。

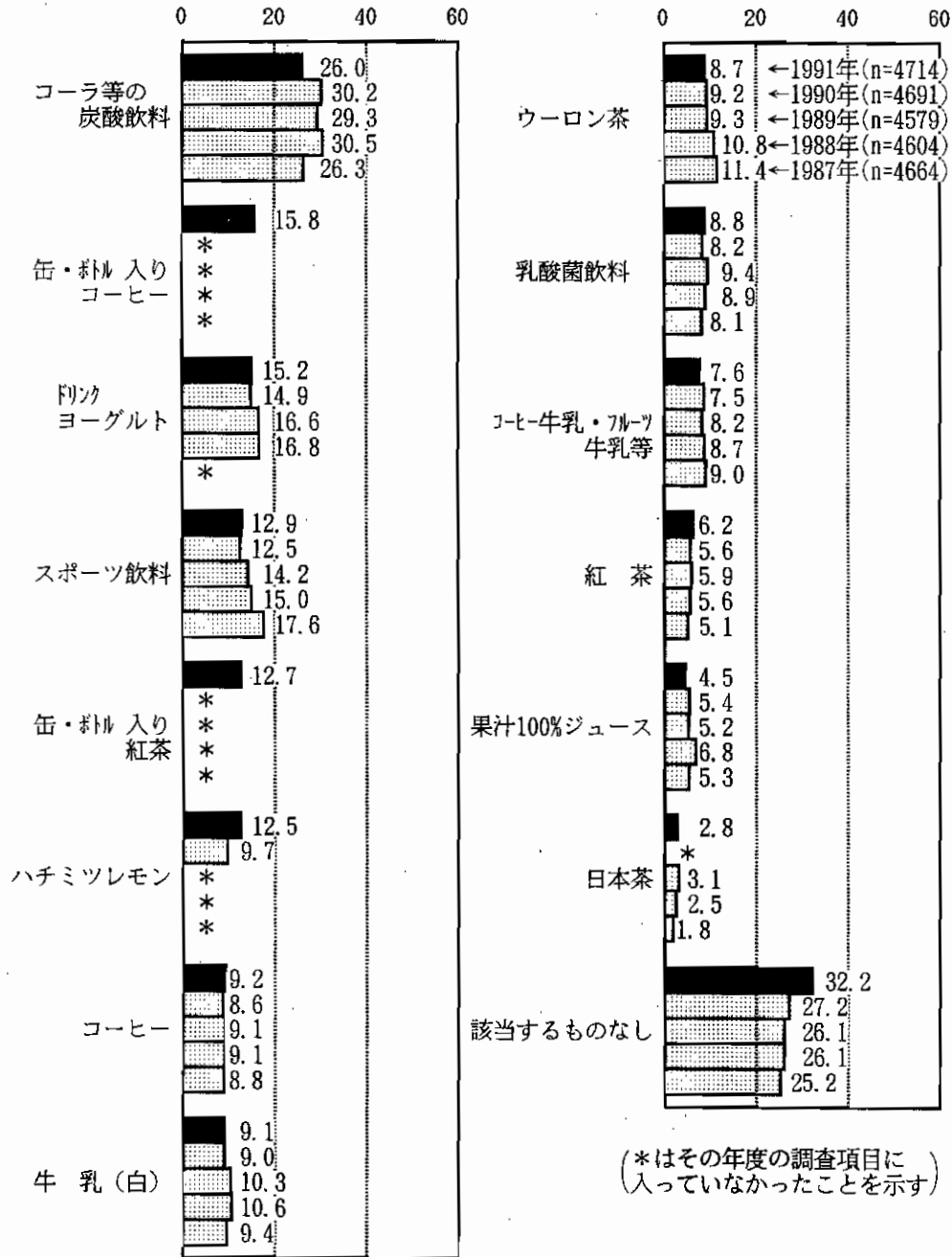
図I-1 好きな飲み物



次に同じ飲物について「嫌いなもの」を聞いた。

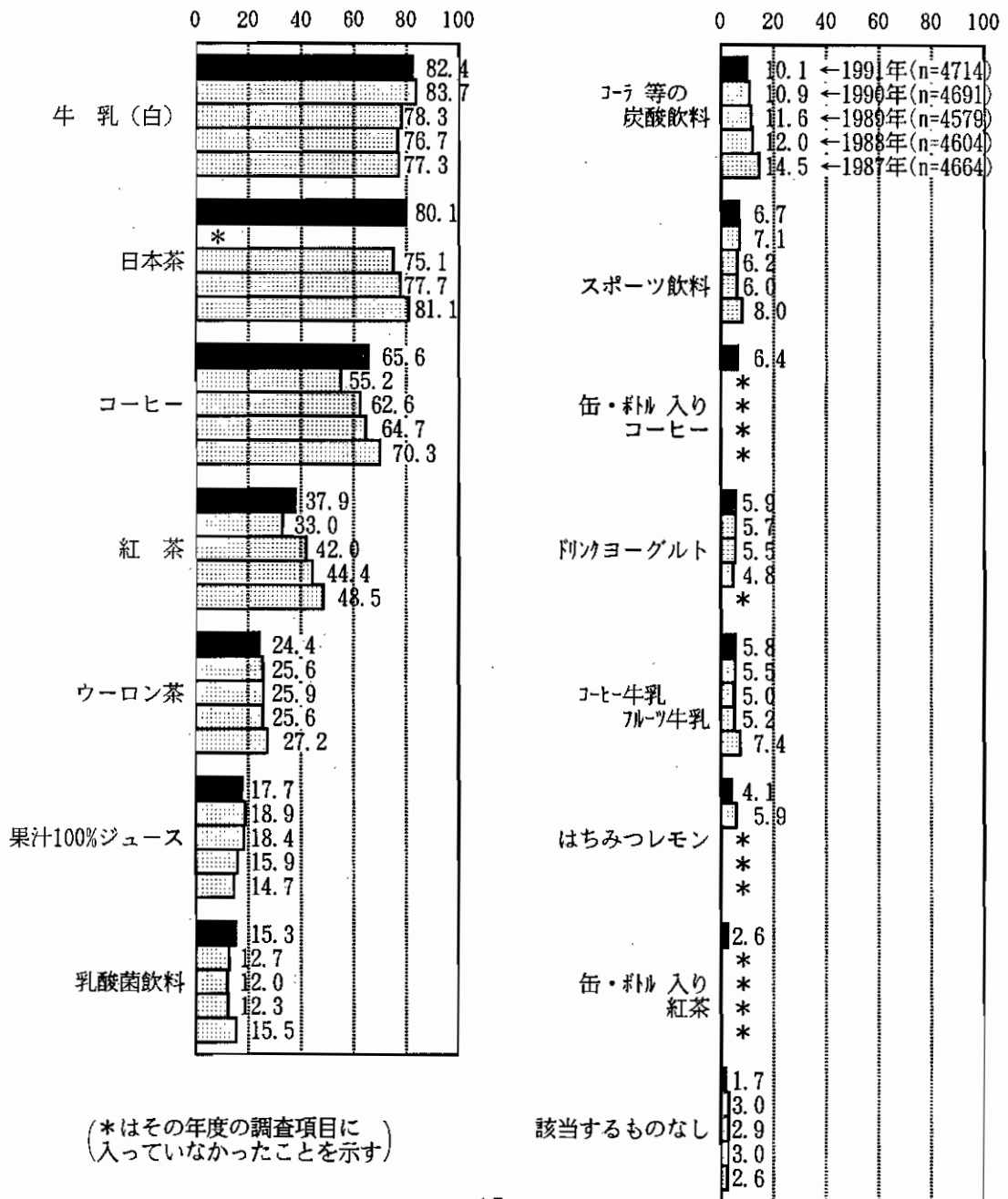
最も嫌いな人が多いのは炭酸飲料（26%）である。牛乳（白）を嫌いだという人は、9%のみであり、過去4回と大きな差はみられない。

図 I - 2 嫌いな飲み物



「家にいつもあるもの」を聞くと、牛乳（白）が82%で最も高く、日本茶（80%）を上回っている。コーヒーや紅茶の常備率は昨年までは減少していたが、今回は上昇がみられる。また、乳酸菌飲料の常備率も昨年に比べ上昇している。今回からの新項目である缶・ボトル入りのコーヒーや紅茶の常備率は、コーヒーで6%、紅茶は3%であり、まだごくわずかの家庭で常備されているのみであることがわかる。

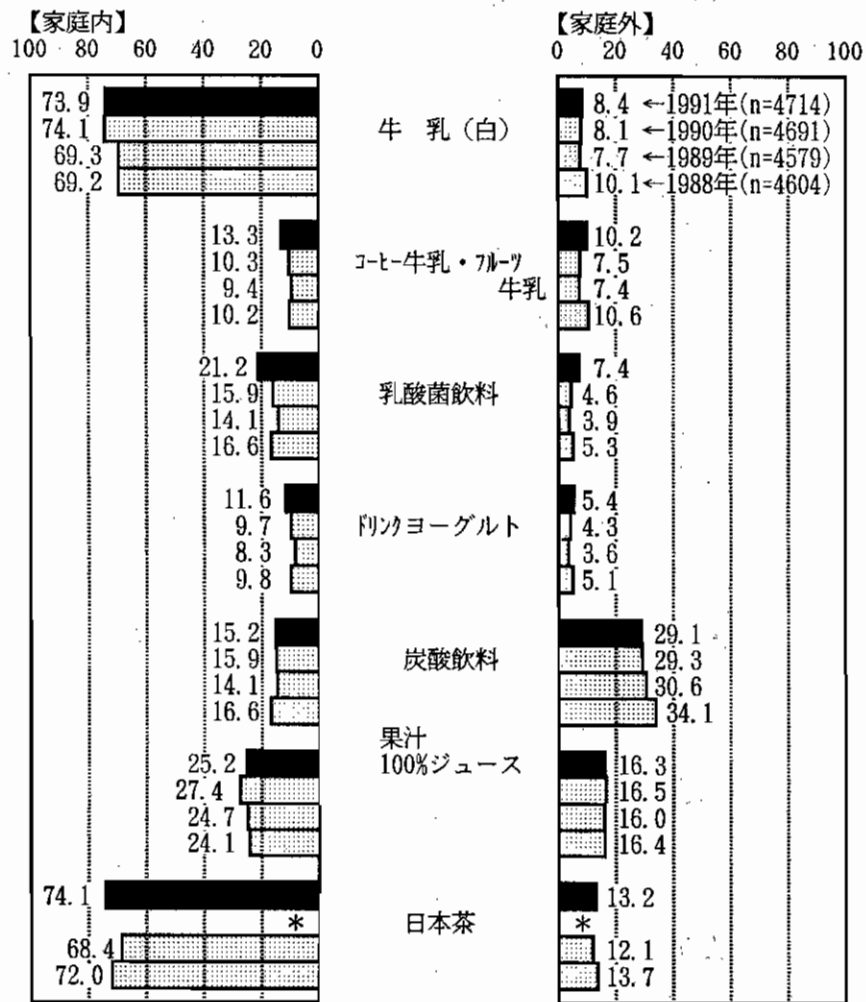
図I-3 家にいつもある飲み物



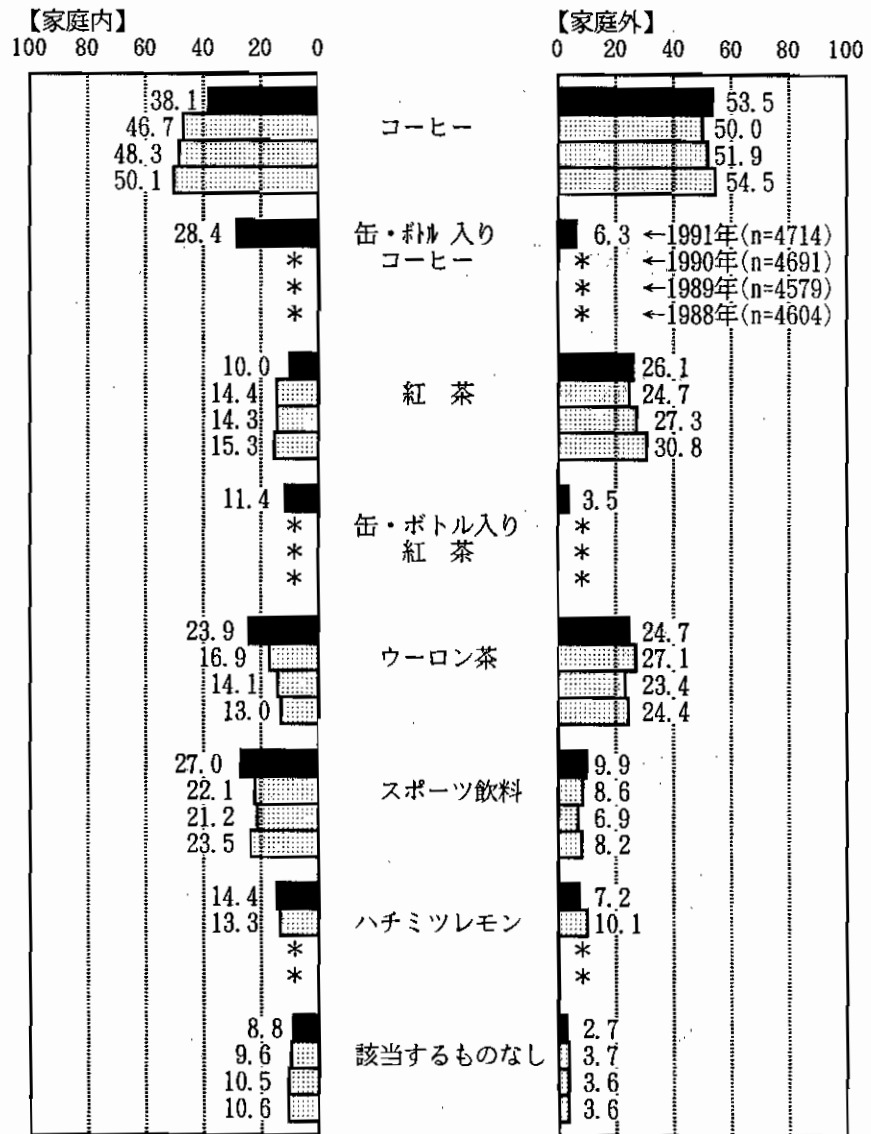
飲用場所を家庭内と家庭外で分けて聞くと、牛乳（白）や日本茶は家庭内で飲む率は高いが、家庭外で飲む率は低く、専ら家庭内で飲まれている。これに対し、コーラなどの炭酸飲料、スポーツ飲料は家庭外が多い。コーヒーは缶・ボトル入りとそれ以外とに分けてみると、缶・ボトル入りを家庭外で飲む人は28%もいることがわかった。

時系列でみると、乳酸菌飲料やドリンクヨーグルトが家庭内外ともに飲まれている率が上昇している点に注目できる。

図 I - 4 飲用場所



(*はその年度の調査項目に入っていなかったことを示す)

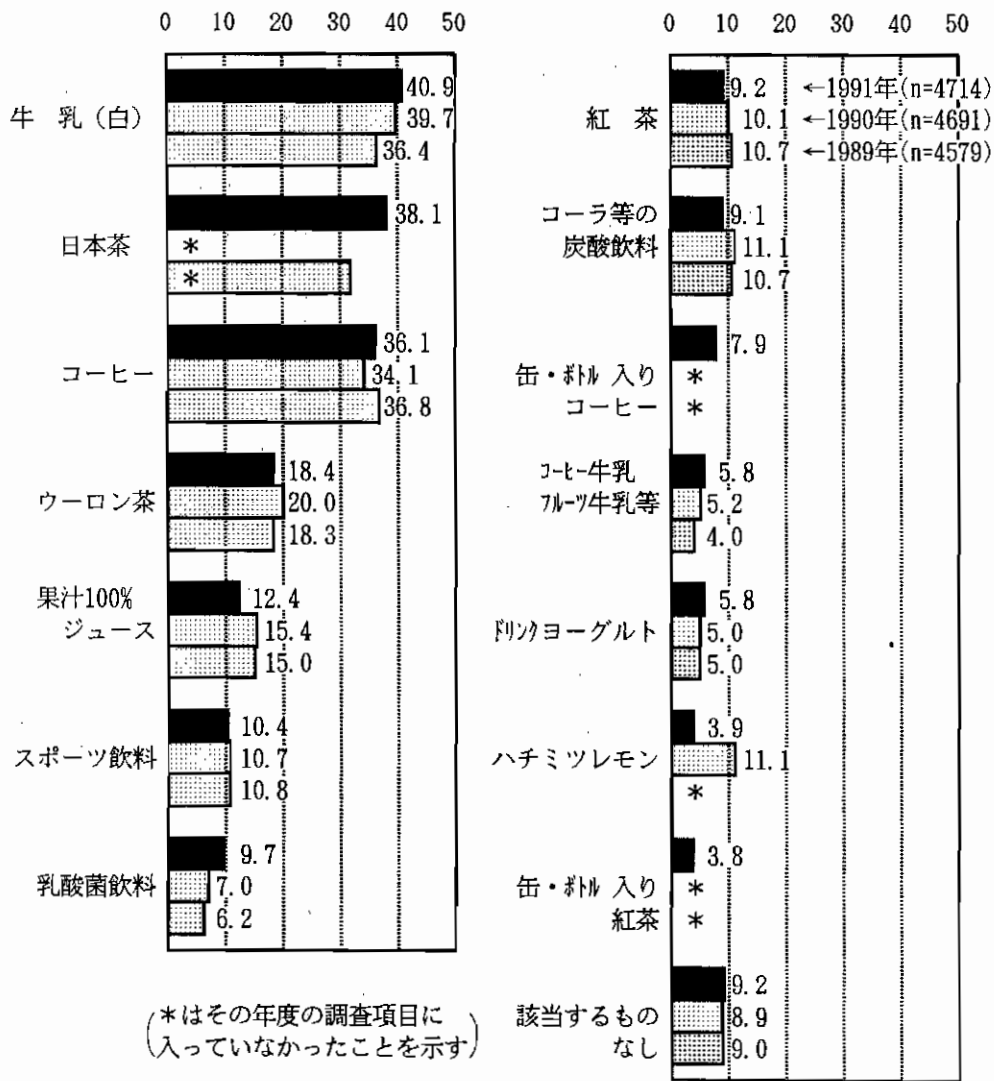


(*はその年度の調査項目に入っていないことを示す)

「最近よく飲む物」はどれかと聞くと、牛乳（白）が40%で最も多く、日本茶（38%）とコーヒー（36%）が続いている。時系列でみると、ここでも乳酸菌飲料とドリンクヨーグルトが上昇傾向を示している。

なお、前回注目していたハチミツレモンは前回の11%から今回は4%に激減しており、ブームの終焉がうかがえる。今回注目の缶・ボトル入り飲料のうち、コーヒーは8%が最近よく飲んでいるが、紅茶は4%のみである。

図 I - 5 最近よく飲む物



2. 牛乳の好きな人

牛乳を好きな人と嫌いな人の割合をみると、圧倒的に好きな人の割合が高く、牛乳を好きな率は1989年以来年々上昇している。

牛乳は、どの年齢にも好まれており、年齢による差はあまり大きくない。前回までは男性は20代～40代で牛乳を好きな人は他の層に比べ少なかったが、今回はこの層で10ポイント以上の大きな上昇がみられた。また、女性でも20～30代で7～8ポイントの上昇があり、男女とも中年層の好きな率の落ち込みの回復がみられた。今後は10代の女性に牛乳を好きになってもらうような工夫が必要であろう。

図I-6 牛乳の好き嫌い

	牛乳が好き	どちらい らえ とも い	牛乳好 きは き で な い	n
全体(1991年)	59.4	31.5	9.1	4714
全体(1990年)	54.2	36.8	9.0	4691
全体(1989年)	50.0	39.7	10.3	4579
全体(1988年)	52.1	37.3	10.6	4604
全体(1987年)	52.6	38.0	9.4	4664

なお、子供の牛乳の好き嫌いをみると、0才児では、3分の1が好きだけであるが、1才以上では8割以上が好きである。ただし、小学校以上では年齢が上がるほど好きな率は微減する。

図 I - 7 牛乳の好き嫌い (子供)

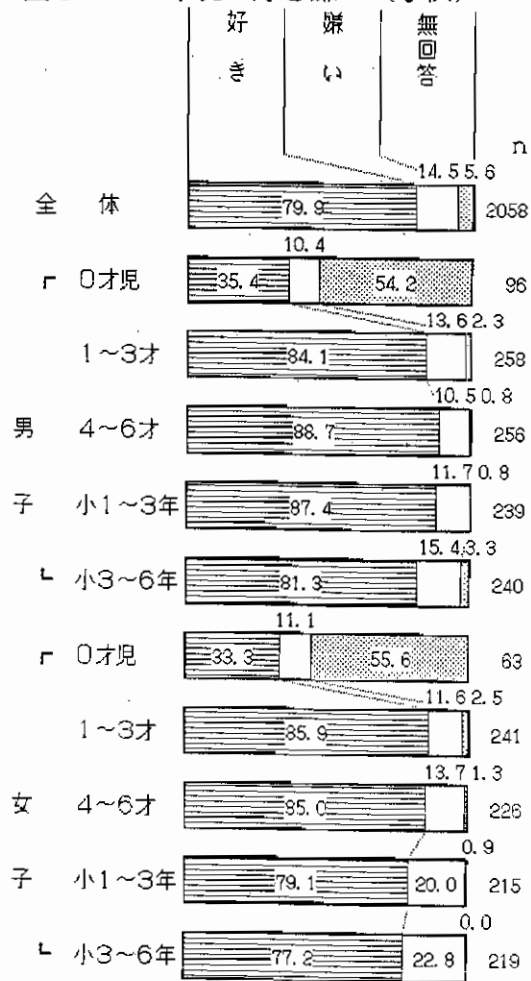


表 I - 1 牛乳を好きな人

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年 (%)
全体		52.6	52.2	50.1	54.2	59.4
男 性	10代	52.0	46.8	51.7	48.9	56.0
	20代	51.2	49.5	42.0	45.8	62.3
	30代	46.8	53.1	51.6	47.8	57.5
	40代	48.3	47.0	45.5	52.2	60.0
	50代	55.2	51.2	50.6	60.8	58.1
	60才以上	61.8	63.8	56.0	64.5	66.8
女 性	10代	43.8	43.3	36.8	43.0	47.2
	20代	54.3	53.8	51.6	50.6	57.0
	30代	53.7	51.4	51.5	55.3	63.5
	40代	54.0	53.5	50.6	53.3	57.2
	50代	57.6	55.6	51.4	60.7	63.5
	60才以上	50.7	54.1	55.5	63.3	60.7
男性 小計	52.1	52.1	49.6	53.7	60.2	
女性 小計	52.9	52.2	50.2	54.7	58.7	

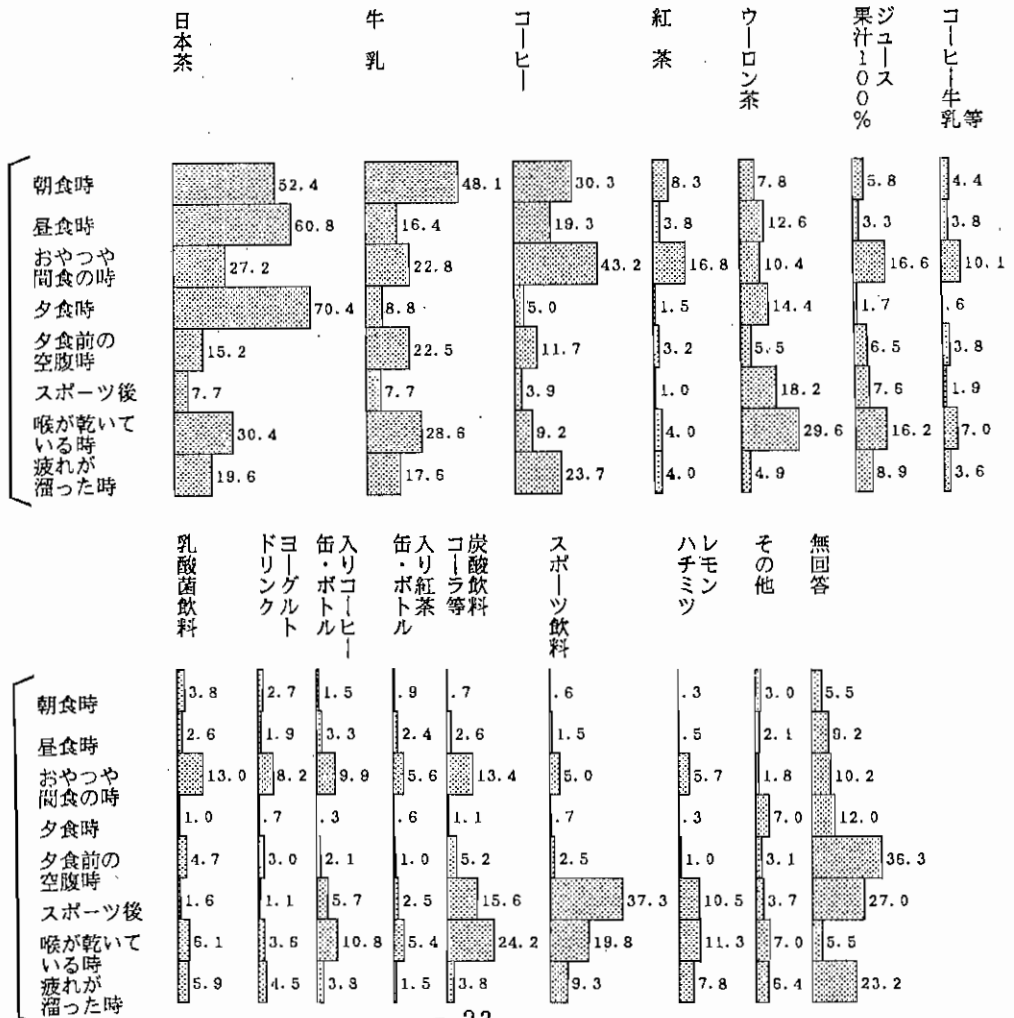
3. 牛乳の飲用場面イメージ

前述と同じ14品目の飲料について、どのような機会にそれを飲んでいるのかを聞いた。

すると、朝食時に最もよく飲まれているのは日本茶（52%）であるが、次いで牛乳が高く、約半数の人（48%）が朝食に牛乳を飲んでいる。

飲用機会をパターン化してみると、日本茶は朝食、昼食、夕食など、食事時に飲むことが多い飲料であることがわかる。一方、牛乳は食事時は朝食のみが高く、おやつや間食、夕食前の空腹時、喉が乾いている時などに飲まれており、食事時ニーズより間食時のニーズの高い飲料であることがわかる。この分類に従うと、コーヒーや紅茶、ジュースなども牛乳と同じく間食時のニーズが高い。ただし、スポーツドリンクはスポーツ後のみが高く、飲用機会が限定されている飲料であることが明らかである。

図 I - 8 飲料別飲用場面



4. 牛乳の飲用頻度と量

1) 牛乳の飲用頻度

牛乳を毎日飲んでいる人は45%であるのに対し、全く飲まない人は8%である。全体の飲用頻度は、平均すると1カ月(30日間)に19.1日飲んでいる計算になる。この平均値は前回と同じであり、伸び続けていた飲用頻度が今年は止まり、昨年を維持していることがわかる。

図I-9 牛乳を飲む頻度

	毎日飲む	週飲にむ 5—6日	週飲にむ 3—4日	週飲にむ 1—2日	月に数回飲む	それ以下しか	全く飲まない	無回答	n	平均 (回/月)
全体(1991年)		45.2		10.4	14.7	10.0	7.0	8.2	4714	19.1
全体(1990年)		45.7		10.2	14.0	9.5	7.5	7.9	4691	19.1
全体(1989年)		43.4		9.5	13.5	10.5	7.9	9.8	4579	18.2
全体(1988年)		39.9		10.4	14.5	10.7	8.7	10.1	4604	17.6
全体(1987年)		38.5		9.5	14.3	11.6	10.0	8.7	4664	17.0

性・年齢別にみると、男女とも年齢が高いほど、飲用頻度が高い。時系列でみると、今回は男性では30代以上で、女性では40代以上で頻度の伸びがみられたが、今回はこの層はやや頻度が下がっている。代わりに男性では10代で、女性では10～20代で、飲用頻度が上がっており、若年層でも牛乳が頻繁に飲まれてきていることがわかる。

表 I - 2 性・年齢別牛乳を飲む頻度

(単位回/月)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年
全 体		17.0	17.6	18.2	19.1	19.1
男 性	10代	19.5	18.9	20.0	18.8	22.0
	20代	14.5	14.8	15.7	16.4	16.4
	30代	13.6	16.3	16.7	18.9	16.6
	40代	15.0	15.8	16.0	18.5	17.2
	50代	17.3	17.5	17.6	20.5	18.0
	60才以上	18.5	19.1	19.1	21.4	20.3
女 性	10代	16.9	17.9	17.2	17.6	18.6
	20代	16.8	17.3	17.9	17.4	18.3
	30代	18.0	18.0	19.5	20.4	20.2
	40代	17.7	18.8	18.9	19.7	19.9
	50代	18.2	18.3	19.3	21.0	20.2
	60才以上	18.2	17.3	19.1	21.6	20.6
男性 小計	16.2	17.1	17.4	18.3	18.4	
女性 小計	17.7	18.0	18.8	19.7	19.7	

2) 牛乳の飲用量

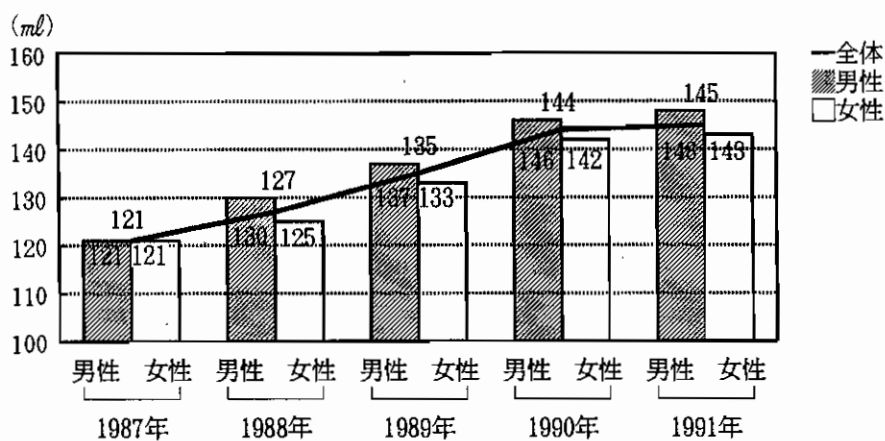
牛乳の1日当たりの平均飲用量は、13才以上では145mlで、前回の144mlより1ml増加した。本調査を開始した1987年より順調に伸びてきた牛乳の飲用量であるが、今回は前回に比べると伸び率は1%のみであり、飲用量が停滞している。

性別にみると、男性の平均は148mlに対し、女性では143mlである。ともに前回に比べ伸びはごく小さい。

乳児期からの牛乳の飲用量の変化をみると、男女とも幼児から小中学生時代は1日200ml以上飲んでいるが、学生から社会人になるに従って、飲用量が減り、それ以降はほぼ一定で維持する、というプロフィールを示している。

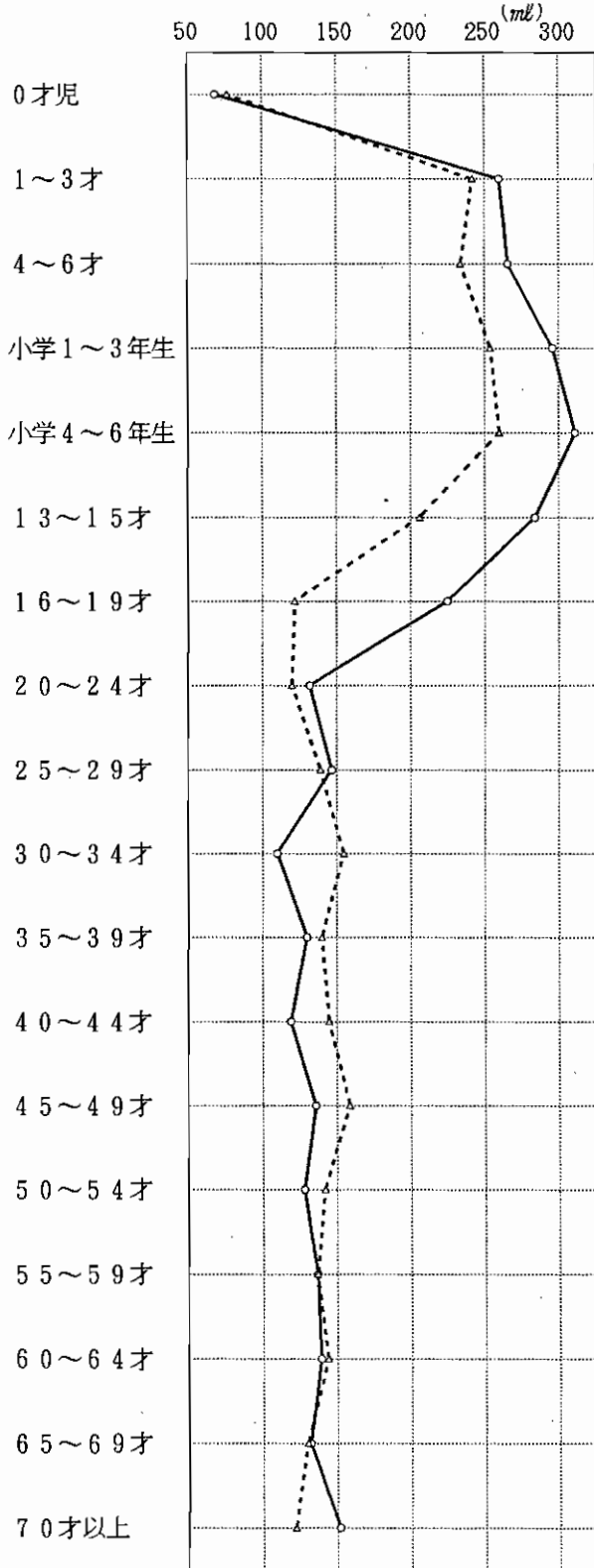
今回の平均飲用量を前回までと比べると、男女とも小学生から20代にかけて伸びがみられ、ちょうど飲用量が減少していく年代で、飲用量が上がっている点が評価できる。

図I-10 牛乳の1日当たりの平均飲用量(13才以上)



※なお、この飲用量の算出は、牛乳の飲用頻度×1日当たりの飲用量(コップでの杯数)×140ml(コップ1杯の量)で行っている。

図 I - 1 1 年齢別牛乳の1日当たりの平均飲用量



区分	性	'87	'88	'89	'90	'91
0才児	男	142	83	74	94	69
	女	181	41	80	57	77
1~3才	男	263	237	266	270	260
	女	239	214	219	245	242
4~6才	男	256	243	260	260	266
	女	217	200	216	228	234
小1~3年生	男	279	281	292	292	296
	女	262	236	246	259	254
小4~6年生	男	279	274	283	304	311
	女	236	230	246	249	260
13~14才*	男	247	215	269	277	284
	女	160	182	208	189	206
15~19才	男	168	174	192	194	224
	女	113	125	113	114	122
20~24才	男	122	126	123	133	132
	女	118	106	121	102	120
25~29才	男	114	122	123	114	147
	女	125	134	151	137	139
30~34才	男	82	131	129	131	110
	女	139	129	137	148	155
35~39才	男	100	106	122	116	130
	女	110	125	129	151	140
40~44才	男	104	112	117	120	118
	女	118	134	128	137	145
45~49才	男	113	106	115	126	136
	女	113	133	139	150	159
50~54才	男	124	117	125	159	128
	女	123	125	145	150	142
55~59才	男	117	113	132	144	137
	女	127	113	124	148	137
60~64才	男	118	140	130	148	139
	女	114	118	144	148	144
65~69才	男	110	141	138	148	132
	女	113	110	115	151	130
70才以上	男	104	119	118	158	152
	女	129	92	109	142	122

○— 男性
△... 女性

※小学生の子供の年齢区分は1989年まで2学年ずつの3区分であったが、1990年から3学年ずつの2区分とした。同様に13~14才の区分を13~15才とし、次の区分を16~19才と変えた。

図 I - 1 2 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (全体)

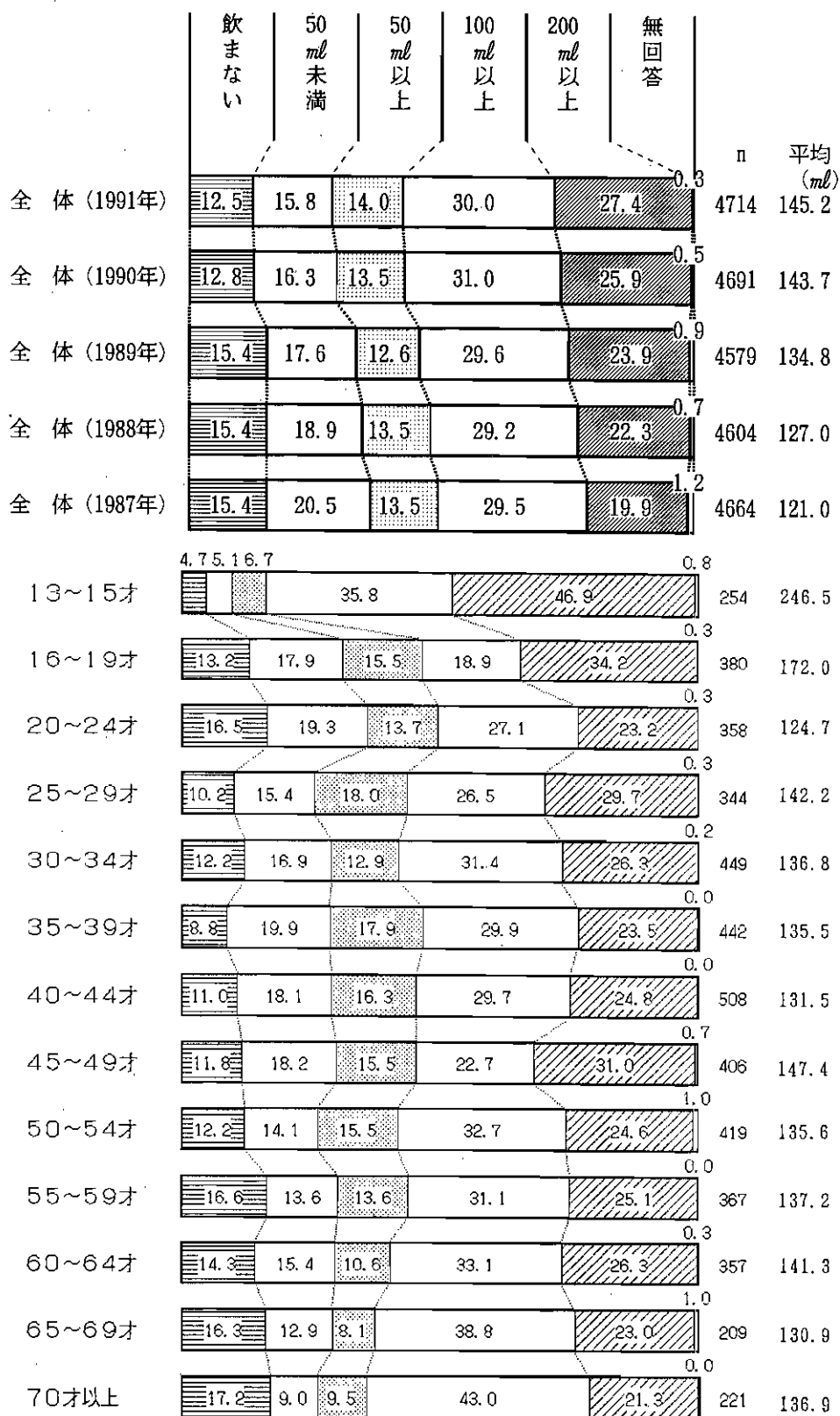


図 I - 13 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (男性)

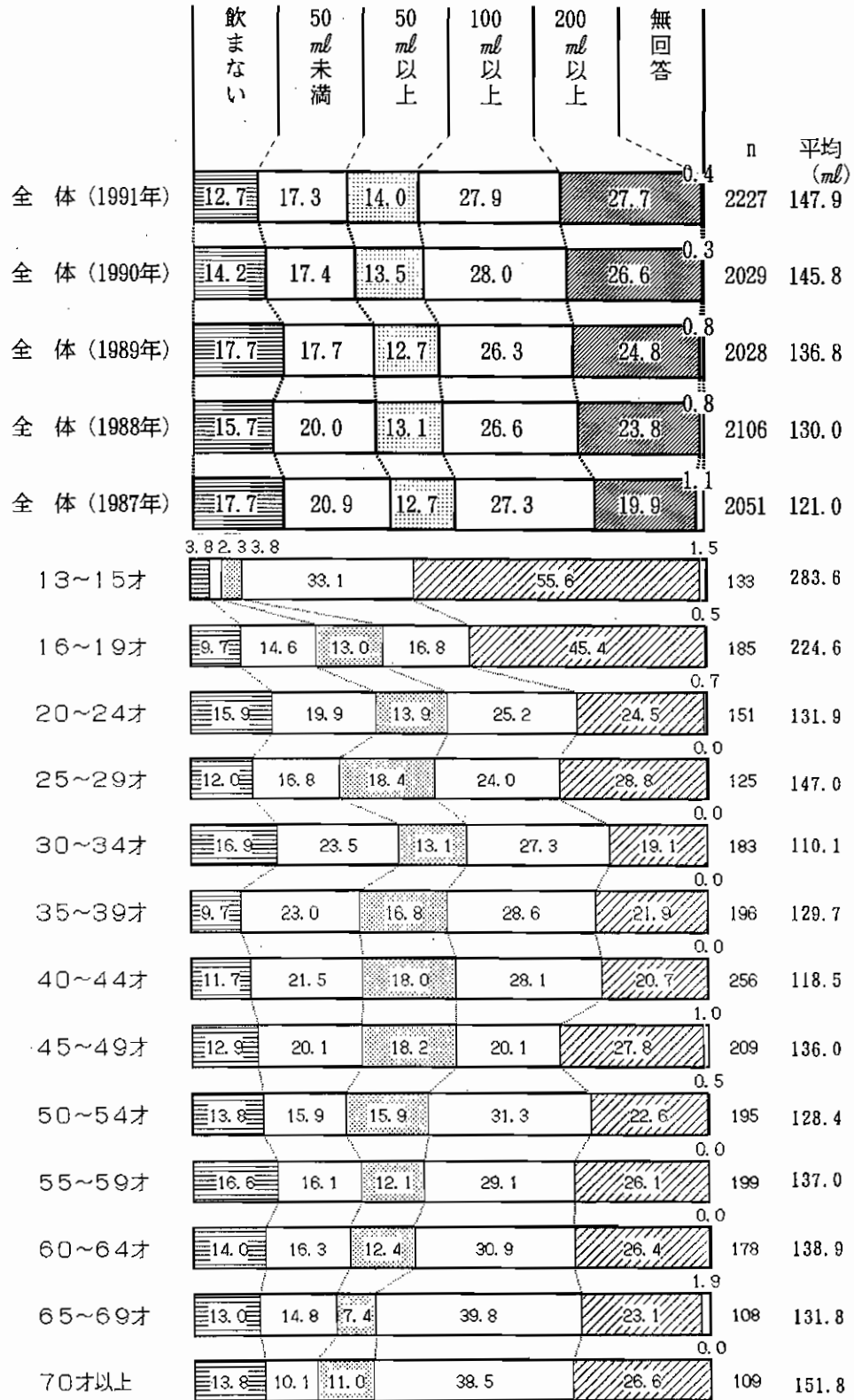


図 I-14 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (女性)

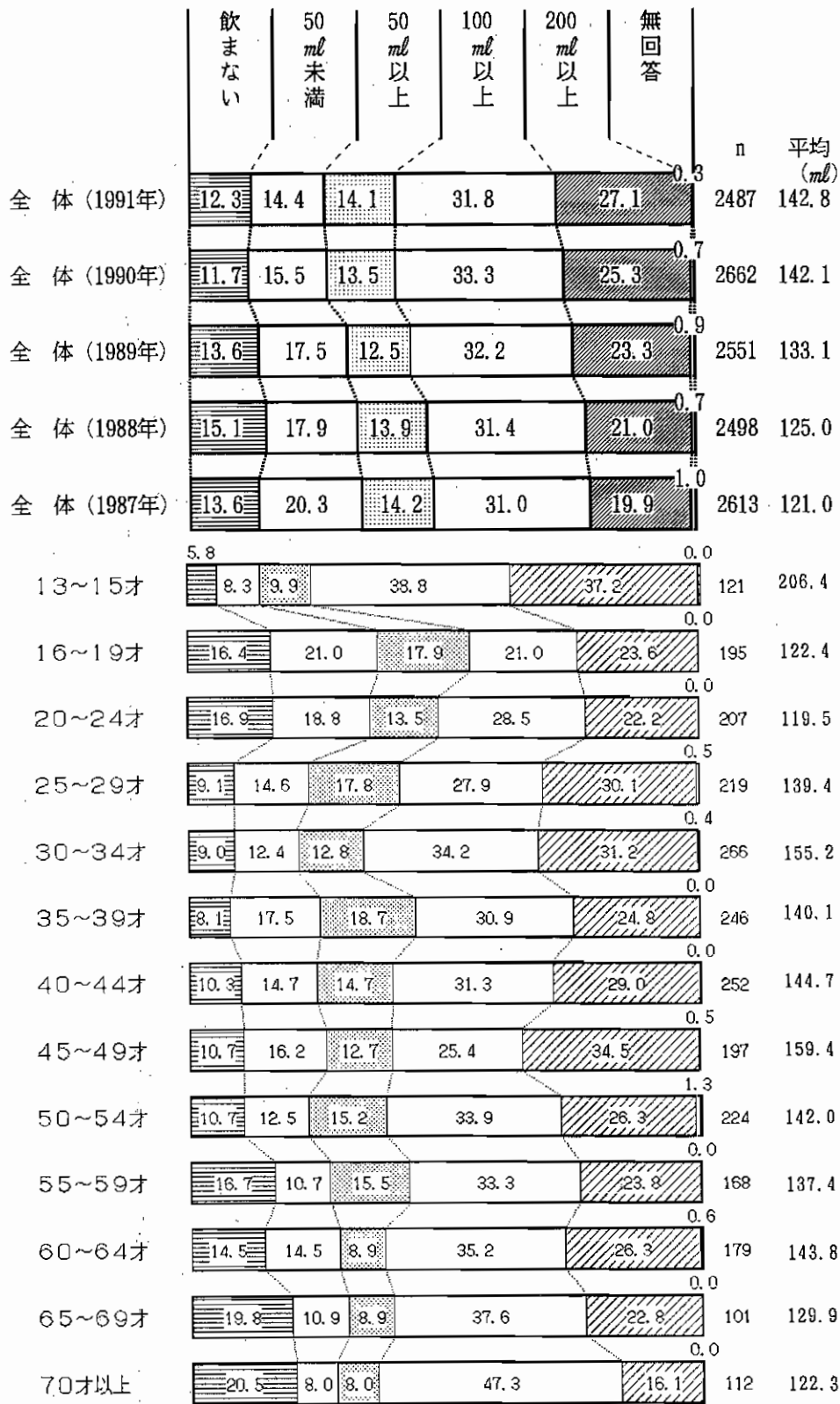
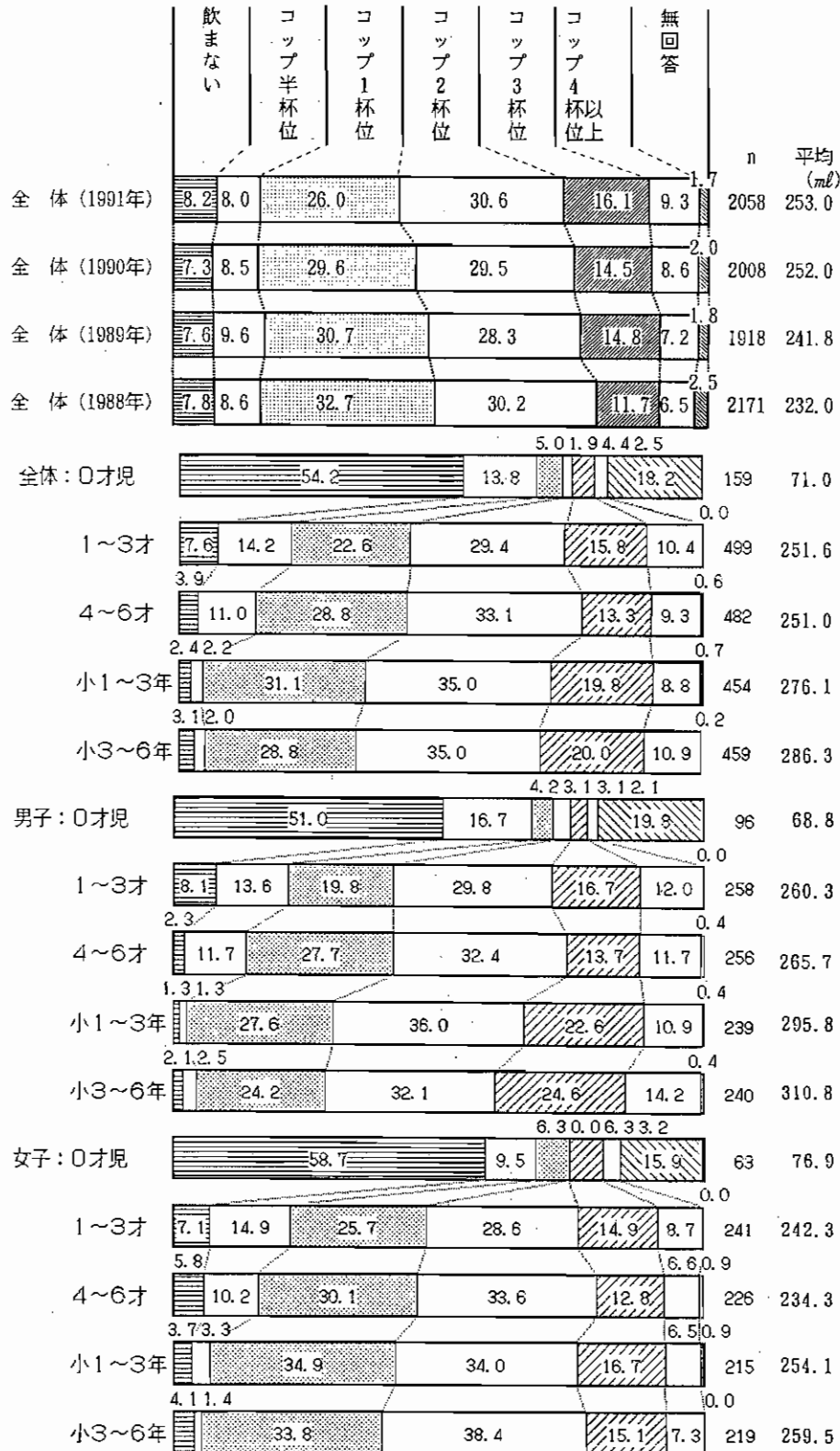


図 I - 15 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (子供)



※ 0歳児の飲用量の平均の算出方法は1987年は「飲まない」の項目がなく、飲まない人は無回答扱いで平均値算出から除かれていたが、1988年から「飲まない」を立て、これに0を与えて算出した。このため平均値がみかけ上やや下っている。

参考までに、職業別と地域別、都市規模別の平均値を下記に表示した。

表 I - 3 職業別 1 日当たりの平均飲用量 (単位 ml)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年
全 体		121	127	135	144	145
自家 宮族 ・従 業	農林・漁業	113	115	110	139	121
	商工サービス業	109	127	141	148	135
	自由業	116	130	129	157	132
	内 職	115	126	128	113	160
勤 め	管 理 職	128	122	107	141	140
	専門技術職	111	121	128	134	144
	事 務 職	108	109	120	124	122
	労 務 職	107	121	115	120	122
	販売サービス職	103	111	123	121	125
無 職	主 婦	128	129	145	152	150
	学 生	158	165	174	183	200
	無 職	111	110	122	137	140

表 I - 4 地域別・都市規模別 1 日当たりの平均飲用量 (単位 ml)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年
全 体		121	127	135	144	145
地 域 別	北海道	114	130	150	144	124
	東 北	115	118	127	150	141
	関 東	122	129	134	149	147
	中部・北陸	121	120	130	138	143
	近 畿	125	128	146	141	150
	中 国	109	124	135	145	154
	四 国	141	126	166	145	118
	九 州	122	138	122	136	150
都 市 規 模 別	12大都市	119	129	138	156	147
	15万上市	126	132	140	138	150
	5万上市	120	123	131	137	142
	5万未満市	109	130	130	140	153
	郡 部	120	122	130	146	138

牛乳の飲用量と飲用頻度から、次のような分類を行った。
 この分類を、今後分析の軸として、用いていくものとする。

図 I - 16 分析のための牛乳ユーザー分類

	コップ 半分	1 杯	2 杯	3 杯	4 杯	5 杯	6 杯 以上
毎 日	毎日ミドル (1日1杯以下)		ヘビーユーザー (毎日2杯以上)				
週に 5~6日	ミドルユーザー (週に2.5杯以上)						
週に 3~4日							
週に 1~2日							
月数回	ノンユーザー (ほとんど飲まない)						
それ以下 全く 飲まない							

5. 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性

1) 現在の健康状態

現在の健康状態と牛乳の飲用量の関係をみると、健康状態の良い人ほど牛乳をたくさん飲み、良くない人はあまり飲まない傾向がみられる。平均飲用量を時系列で比べると、健康状態がよい人の飲用量は伸びているが、健康状態がよくない人は前回に比べ、飲用量は減っている。前は健康状態がよくない人の飲用量も大きく伸びたが、今回はその伸びはみられない。健康状態のよくない人にももっと牛乳を飲んでもらいたいものである。

表 I - 5 健康状態別 1 日当たりの平均飲用量

(単位 ml)

	1988年	1989年	1990年	1991年
全 体	127	135	144	145
非常によい	157	177	182	184
よい	134	139	155	156
ふつう	116	124	131	134
あまりよくない	112	107	129	110
よくない	65	114	142	126

2) アルコールやたばこと牛乳

アルコールやたばこと牛乳の飲用量との関係を見ると、アルコールやたばこを飲む人ほど牛乳を飲まない傾向がみられる。平均飲用量を時系列で見ると、アルコールを飲む人のうち、毎日飲む人では飲用量は前回に比べ減っているが、週に3日以上飲む人の方では大きな伸びがみられる。また、現在喫煙している人は飲用量が減少したが、止めた人は前回は維持している。

アルコールの飲用量あるいは喫煙量が少ない人ほど、牛乳の飲用量が多く、健康への意識の高さと牛乳の飲用量との関連が示唆される。

表 I - 6 飲酒頻度・喫煙の有無別 1 日当たりの平均飲用量

(単位ml) (20才以上)

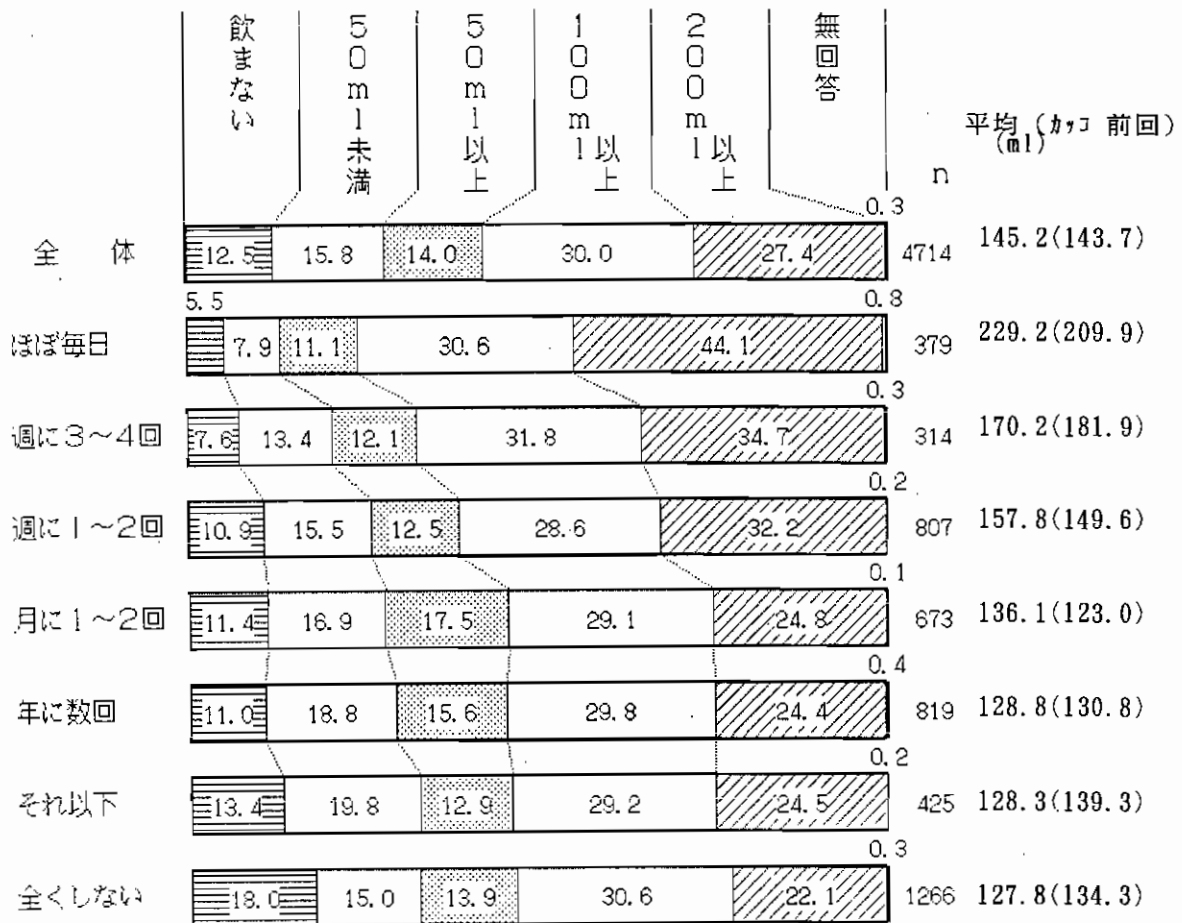
		1988年	1989年	1990年	1991年
全 体		121	129	139	136
ア ル コ ー ル	毎日飲む	112	119	135	124
	週に3日以上飲む	117	129	127	136
	週に1~2日飲む	123	117	134	130
	それ以下	124	126	141	137
	飲まない	124	140	144	146
煙 草	吸 う	113	107	121	115
	前には吸っていた	133	143	141	141
	吸わない	123	137	146	147

3) スポーツと牛乳

スポーツをしている頻度と牛乳の飲用量との関係を見ると、スポーツを頻繁に行っている人ほど、牛乳の飲用量が多い。時系列で見ると、ほぼ毎日スポーツを行っている人では飲用量の伸びが大きい、週に1回から月に1回定期的にスポーツをしている人の伸びも大きい。

単に牛乳を飲むだけでなく、定期的にスポーツも行うことで、より健康に過ごせることをアピールしていくとよいだろう。

図 I-17 スポーツ頻度別牛乳の飲用量



4) 健康に対する配慮

現在、健康のために注意している点を聞くと、どの項目も、牛乳を飲む人ほど注意している割合が高い。つまり、牛乳を飲むことは健康意識の高さを示すバロメータとなっているといえよう。

表I-7 牛乳飲用量別健康のために注意していること

	朝食は必ずとる	何でも食べる	疲れたら休息をとる	塩分をひかえる	規則正しい生活	糖分をひかえる	脂肪分をひかえる	期的に受ける健康診断を定	りすぎに注意カロリーの取	
全 体	68.1	51.7	50.6	42.8	36.1	33.0	31.3	28.2	27.5	
牛乳飲用量	ヘビユーザー	74.4	57.6	53.8	46.6	38.4	37.8	34.4	30.0	32.7
	毎日ミドルユーザー	74.9	58.0	53.8	51.1	43.7	38.2	39.8	35.8	31.5
	ミドルユーザー	66.3	54.8	48.3	40.7	32.2	31.4	28.2	24.8	26.4
	ライトユーザー	60.9	46.6	50.7	36.3	31.0	26.1	25.6	24.7	21.3
	ノンユーザー	58.5	30.6	43.5	34.8	33.4	27.9	25.1	23.1	21.2

	乳製品を飲む	食料添加物に注意する	テレビを見る新聞記事	健康食品を取るビタミン剤	軽い運動をする	健康に良いことを行う	中くらいの運動をする	その他	特になし・無回答	
全 体	27.3	26.9	24.4	16.5	14.6	10.1	9.0	1.7	5.5	
牛乳飲用量	ヘビユーザー	43.2	33.4	31.6	18.1	18.1	14.2	10.9	2.8	4.5
	毎日ミドルユーザー	35.4	32.8	29.5	19.3	18.3	12.4	7.7	1.4	4.2
	ミドルユーザー	26.6	25.3	21.3	16.8	12.5	9.3	10.5	1.6	4.2
	ライトユーザー	12.8	19.3	17.4	12.8	11.3	6.3	7.9	1.2	6.7
	ノンユーザー	5.5	18.6	18.1	13.5	10.4	5.5	6.9	0.8	9.9

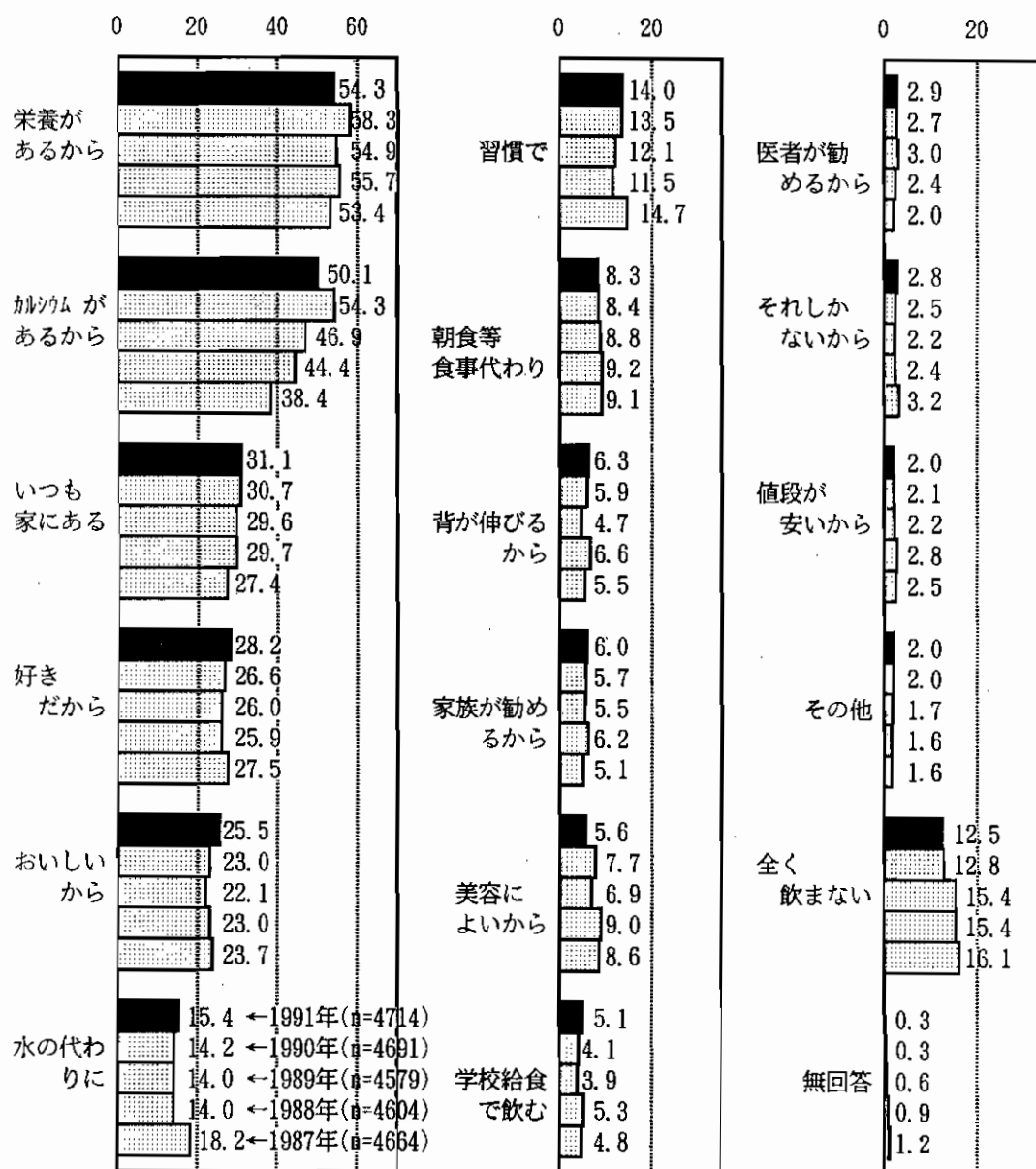
(n)
4,714
1,086
1,043
1,165
815
598

6. 牛乳を飲む理由

牛乳を飲む理由は「栄養があるから」「カルシウムがあるから」という機能面を重視した答えが多い。しかし、時系列でみると今回は前回までに比べこれらの項目をあげる率がやや減少している。

一方、「好きだから」「おいしいから」という感性面での答えや、「水の代わりに」「習慣で」などの回答は、やや上昇傾向にある。つまり、前回までは、機能重視傾向だったのが、感性面の比重が高くなってきており、牛乳のありかたも機能面のみならず、感性面も重視されるようになってきている。

図 I - 18 牛乳を飲む理由



牛乳の飲用量の差からみると、ヘビーユーザーほど複数の理由に回答しており、飲用量が少なくなるほど「栄養」「カルシウム」や「いつも家にある」などの理由に集中している。

表 I - 8 牛乳飲用量別牛乳を飲む理由

	栄養があるから	カルシウムがあるから	いつも家にあるから	好きだから	おいしいから	水の代わりに	習慣で	朝食などの食事の代わりに	昔が懐けるから
全 体	54.3	50.1	31.1	28.2	25.5	15.4	14.0	8.3	6.3
牛乳飲用量	ヘビーユーザー	65.5	64.7	49.2	52.3	45.5	27.6	30.3	13.0
	毎日ミドルユーザー	63.9	62.8	33.4	32.1	28.0	9.3	20.6	4.2
	ミドルユーザー	64.1	56.8	32.0	28.6	26.3	16.9	8.8	7.4
	ライトユーザー	52.6	41.3	25.6	10.6	12.9	15.6	1.8	5.4

	家族が勧めるから	美味しく感じるから	学校給食で飲むから	医者が勧めるから	それ以外の飲物がないから	値段が安いから	その他	全く飲まない	無回答
全 体	6.0	5.6	5.1	2.9	2.8	2.0	2.0	12.5	0.3
牛乳飲用量	ヘビーユーザー	6.1	8.1	8.6	3.9	3.4	3.4	-	0.2
	毎日ミドルユーザー	6.0	5.2	5.5	4.4	1.7	2.2	-	0.2
	ミドルユーザー	6.4	7.0	6.7	2.5	2.7	2.0	-	-
	ライトユーザー	9.4	4.5	1.3	2.1	5.6	1.2	-	0.6

(n)
4,714
1,086
1,043
1,165
815

性・年齢別にみると、若い層は「おいしいから」という好みから、飲む人が多いが、高齢層では「栄養がある」「カルシウムがある」など、栄養面を考えて飲む人が多い。

また、男性に比べ女性の方が「栄養がある」「カルシウムがある」などを答える率が高いが、男性は「いつも家にあるから」が女性より高い。つまり女性は積極的に牛乳を飲んでいるが、男性は受動的に飲んでいることがわかる。

表 I - 9 性・年齢別牛乳を飲む理由（上位7位）

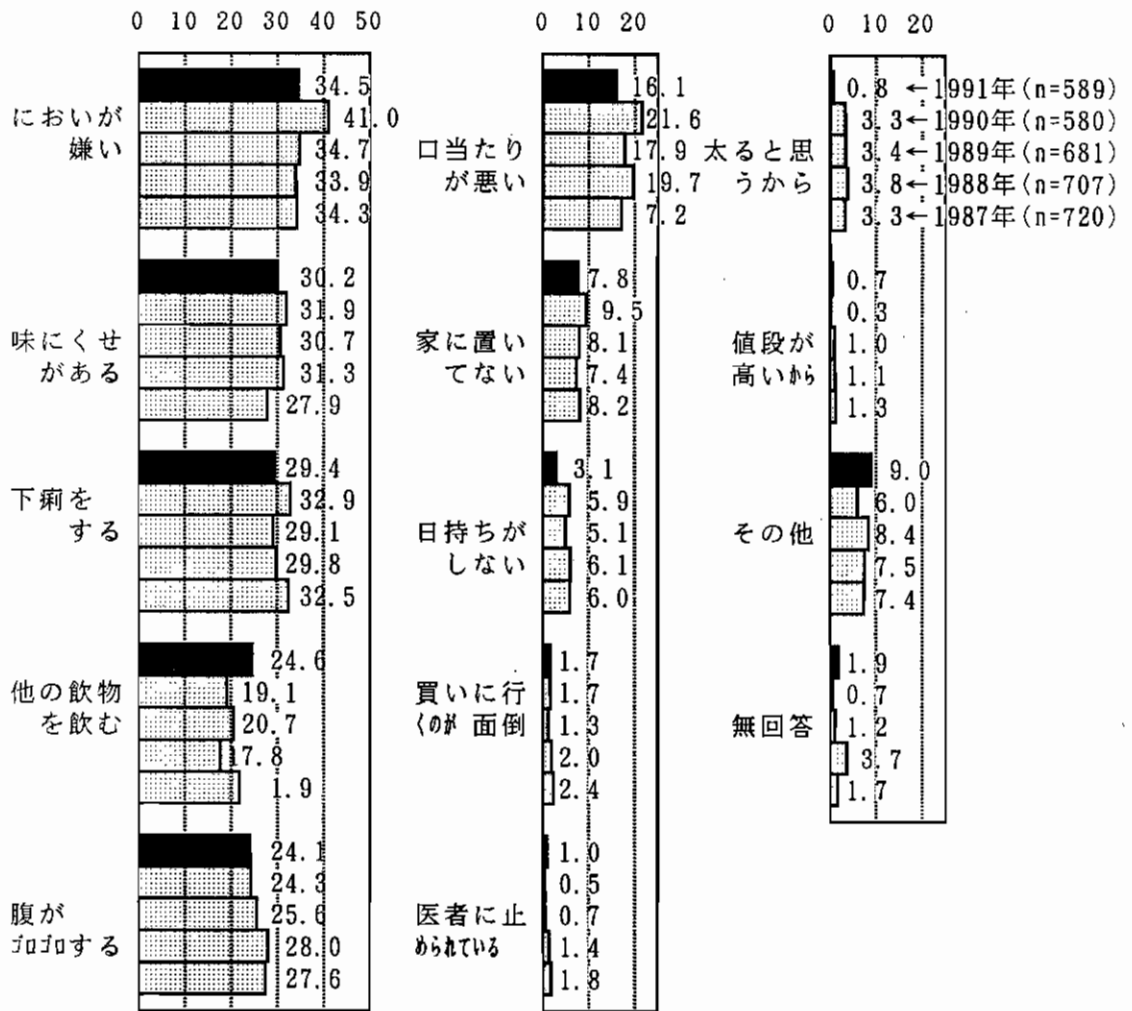
		栄養があるから	カルシウムがあるから	いつも家にあるから	好きだから	おいしいから	水の代わりに	習慣で	(n)
全 体		54.3	50.1	31.1	28.2	25.5	15.4	14.0	4,714
男 性	10代	44.3	38.4	43.4	30.5	26.4	24.5	19.8	318
	20代	47.1	41.7	34.8	36.2	29.0	19.9	14.9	276
	30代	54.4	37.5	30.3	29.3	24.8	15.6	12.4	379
	40代	55.1	49.0	32.5	26.9	23.2	19.4	13.8	465
	50代	49.5	42.4	28.9	24.1	20.3	16.5	10.4	394
	60才以上	54.9	54.2	28.1	24.8	22.8	9.6	9.1	395
女 性	10代	44.0	35.8	32.9	27.8	26.6	15.2	16.8	316
	20代	55.9	49.5	32.2	39.2	34.5	13.4	20.2	426
	30代	64.1	61.3	33.8	32.6	31.1	13.9	15.4	512
	40代	59.2	58.6	31.6	23.4	23.2	14.9	13.1	449
	50代	56.1	60.5	25.5	24.0	23.7	15.3	12.0	392
	60才以上	57.4	60.5	21.9	20.4	20.2	9.2	11.7	392
小 計	男性小計	51.4	44.4	32.6	28.1	24.1	17.3	13.1	2,227
	女性小計	56.9	55.3	29.8	28.2	26.8	13.6	14.9	2,487

7. 牛乳をあまり飲まない理由

牛乳をほとんど、または、全く飲まない人に、牛乳を飲まない理由を聞いたところ、「においが嫌い」が35%で最も多い。次に「味にくせがあるから」(30%)、「下痢をすることがあるから」(29%)と続いている。

時系列でみると、「下痢をすることがあるから」や「日持ちがしない」が前回以前に比べ減っている。

図I-19 牛乳を飲まない理由



性・年齢別にみると、「においが嫌い」「味にくせがある」などの感性的な理由は若い人に多くあげられ、「下痢をすることがあるから」「お腹がゴロゴロするから」は特に男性の中年層で多い。これらの点を解消する商品のアピールは、男性向けにはまだ充分ではないようだ。

表I-10 性・年齢別牛乳を飲まない理由（上位7位）

	においが嫌い	味にくせがある	下痢をすることがある	他の飲物を飲む	お腹がゴロゴロする	口が悪い	家に置いてない	(n)	
全体	34.5	30.2	29.4	24.6	24.1	16.1	7.8	589	
男性	10代	21.7	34.8	17.4	21.7	21.7	13.0	23	
	20代	28.2	23.1	23.1	38.5	25.6	12.8	39	
	30代	26.0	26.0	44.0	26.0	32.0	20.0	50	
	40代	24.6	22.8	42.1	29.8	31.6	12.3	57	
	50代	20.0	16.7	45.0	23.3	35.0	11.7	60	
	60才以上	20.4	24.1	35.2	13.0	33.3	13.0	54	
女性	10代	41.0	48.7	15.4	38.5	5.1	25.6	39	
	20代	47.3	45.5	20.0	27.3	14.5	20.0	55	
	30代	47.7	40.9	22.7	22.7	20.5	29.5	44	
	40代	48.9	34.0	19.1	25.5	14.9	25.5	47	
	50代	53.8	32.7	23.1	28.8	15.4	9.6	52	
	60才以上	33.3	24.6	29.0	10.1	29.0	7.2	69	
小計	男性小計	23.3	23.3	37.1	25.1	31.1	13.8	5.7	283
女性小計	44.8	36.6	22.2	24.2	17.6	18.3	9.8	306	

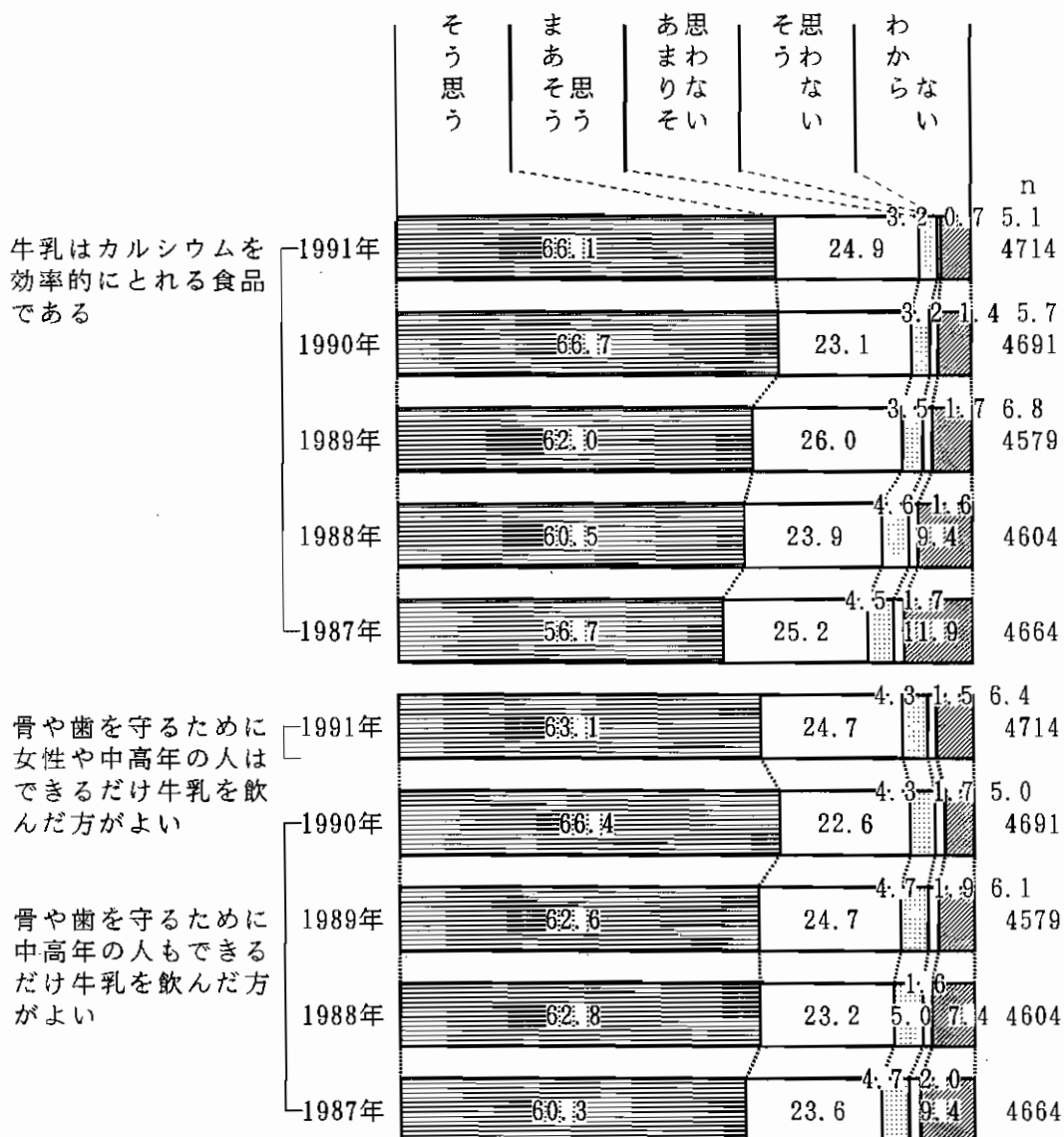
8. 牛乳に関する知識

1) 牛乳に関する知識

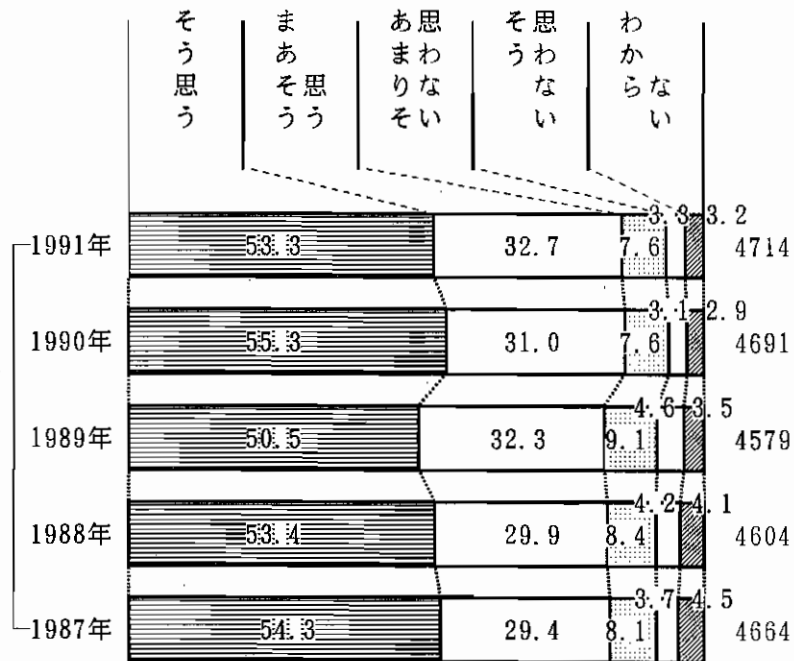
「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」「骨や歯を守るために女性や中高年の人にはできるだけ牛乳を飲んだ方がよい」「牛乳は健康的な生活のために、なくてはならないもの」と考える人が多い。

時系列でみると、「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」、「骨や歯を守るために女性や中高年の人にはできるだけ牛乳を飲んだ方がよい」「牛乳のカルシウムはストレスの解消や集中力の増進に役立つ」と思う人は毎年増えており、牛乳のカルシウムに関する知識が普及してきていることがわかる。

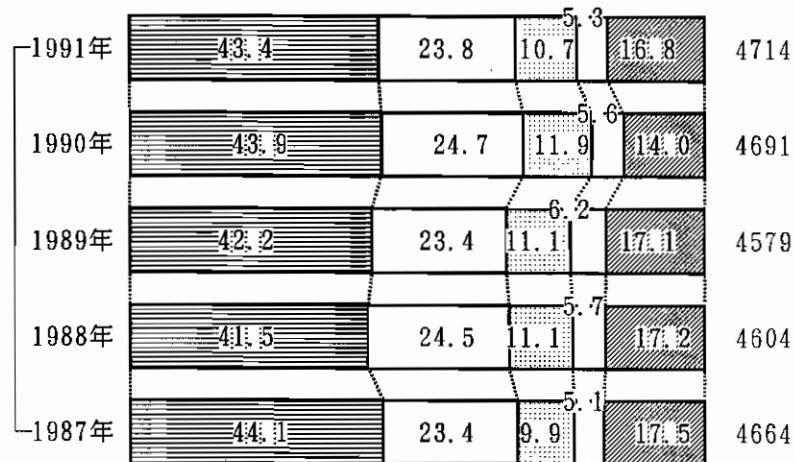
図 I - 20 牛乳に関する知識



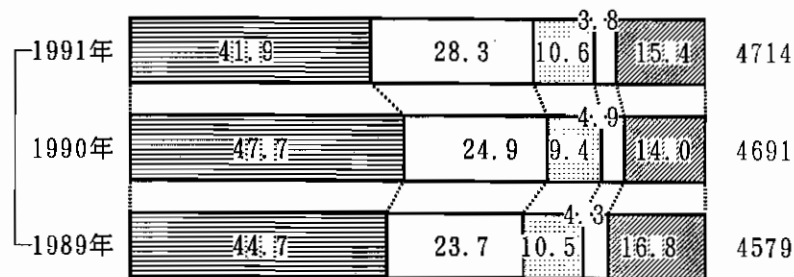
牛乳は健康的な生活
のためになくてはな
らないものだ

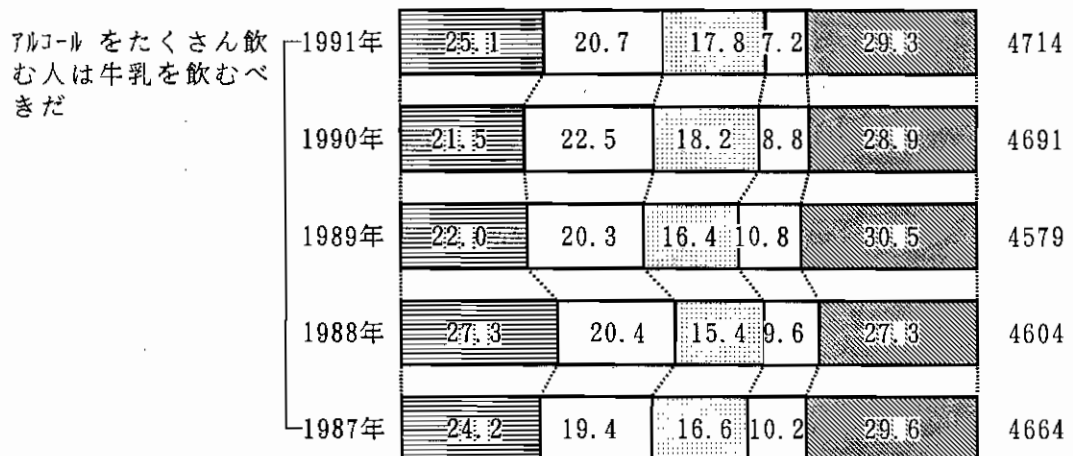
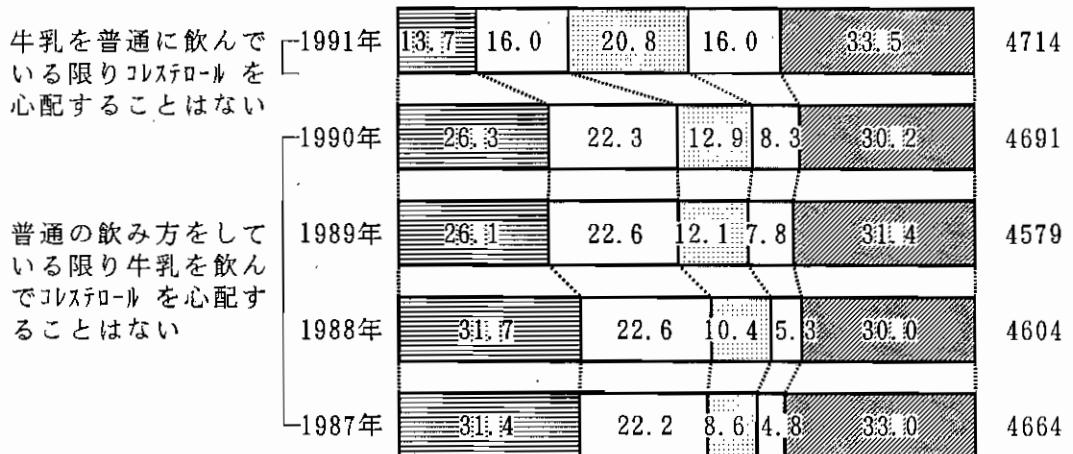
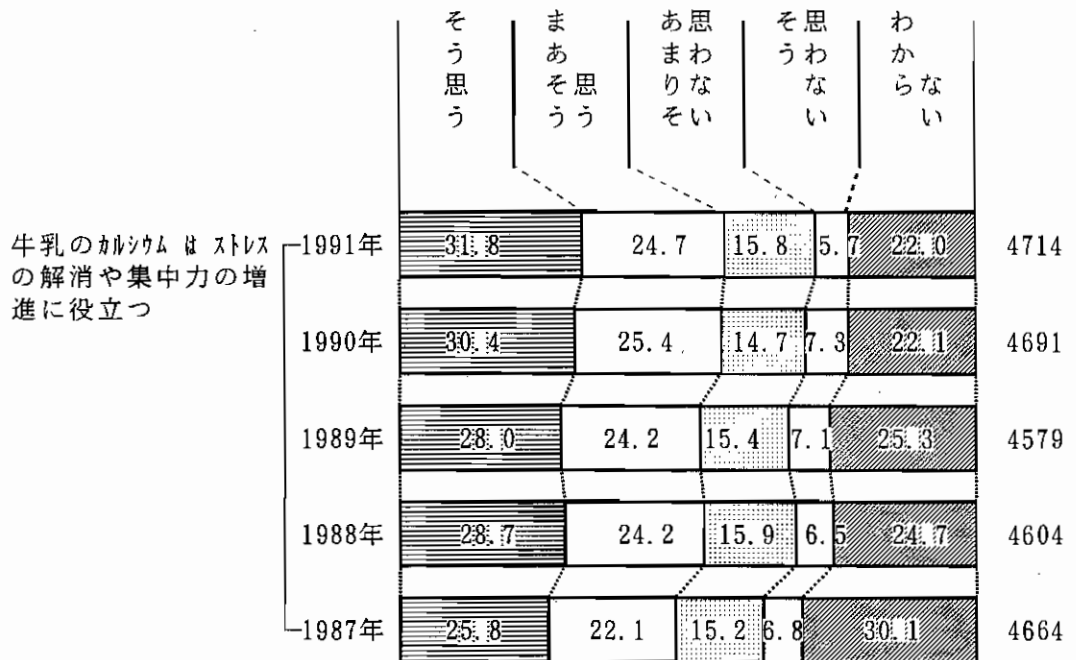


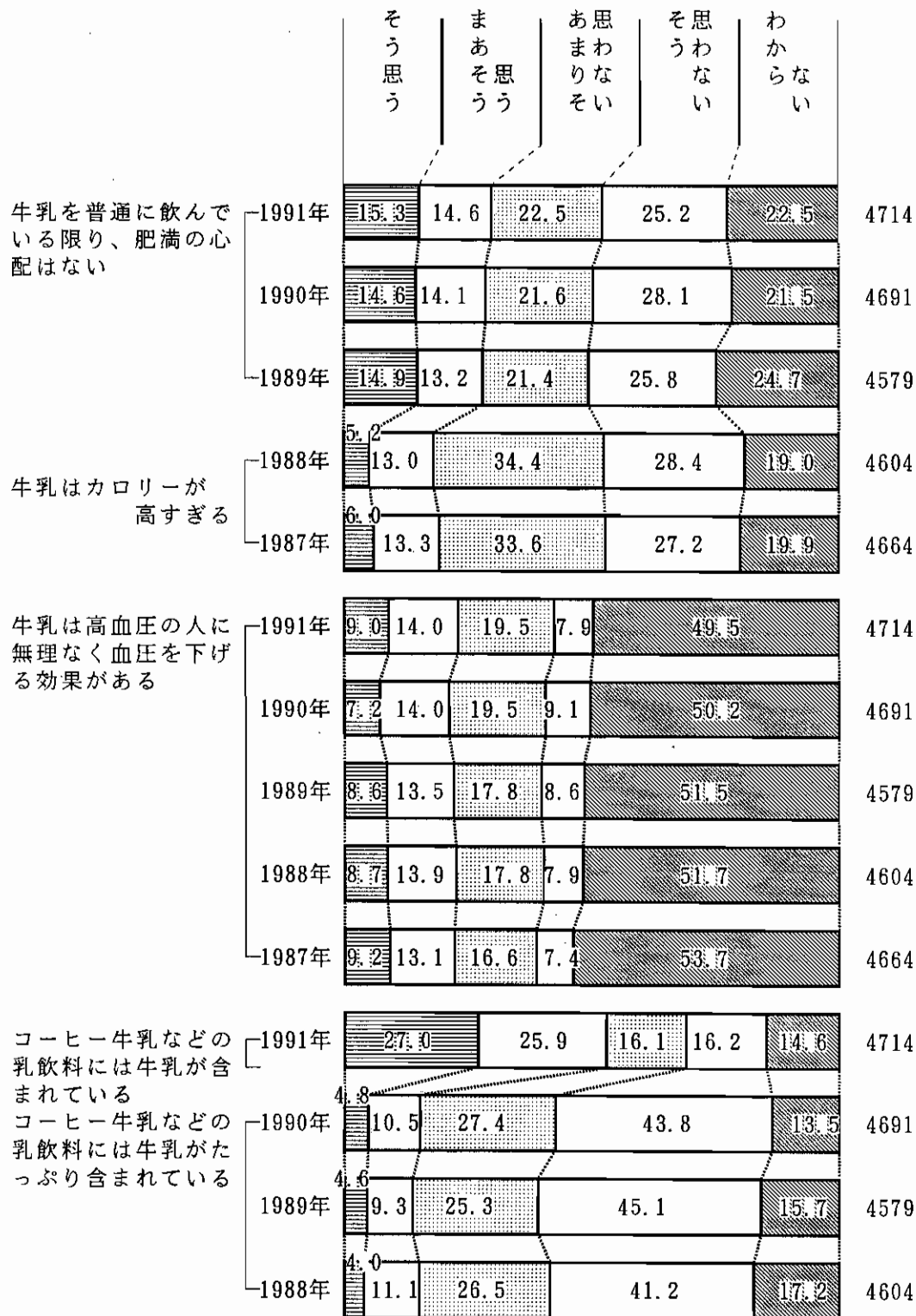
牛乳は便秘を防ぐ
効果がある



スポーツをやる人は
牛乳をたくさん飲ん
だ方がよい







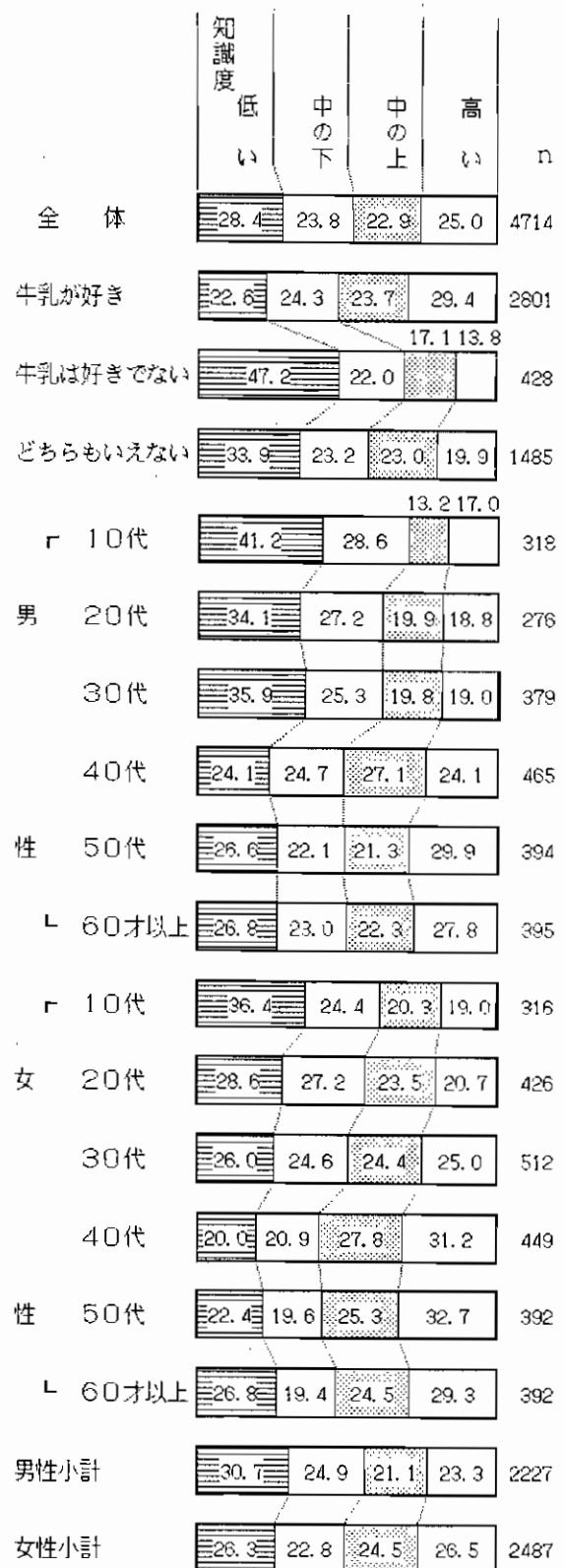
牛乳に関する知識の質問に正しく
 答えられた人に高い得点を与えて、
 牛乳に関する知識度スケールを作成
 した。(具体的にいうと、「そう思
 う」に2点、「ややそう思う」に1
 点、それ以外の回答には0点を与え
 て、全ての項目の和の得点を算出し
 た。)

すると、牛乳が好きな人ほど、牛
 乳について正しい理解がえられてい
 ることがわかる。

また性・年齢別にみると、女性に
 比べ男性の方が知識度が低く、特に
 30代以下の男性が低い。これより
 牛乳の知識は若年層の男性への啓蒙
 が必要であることがわかる。

* なお、得点が7点以下を「低い」、
 8～10点を「中の下」、11～13点を
 「中の上」、14点以上を「高い」と
 した。

図I-21 牛乳に関する知識度

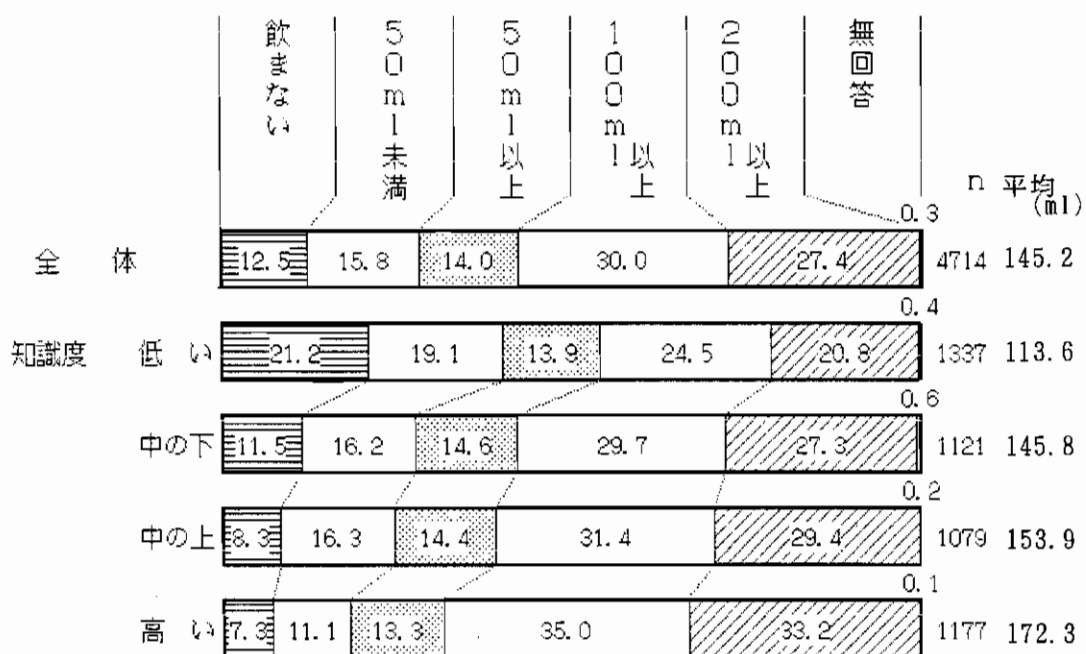


2) 牛乳に関する知識と飲用量の関係

では、牛乳に関する知識度と牛乳の飲用量の関係はどうなっているのだろうか。今回作成した知識度別に飲用量をみると、やはり、牛乳に関する知識が高いほど牛乳の飲用量が多く、平均値で60mlもの差がみられる。

牛乳をあまり飲まない層にも、牛乳がいかに健康にとって有効な飲み物であるかの知識を普及することによって、牛乳の飲用量を底辺から押し上げることができるのではないだろうか。

図 I - 2 2 牛乳に関する知識度別牛乳の1日当たりの平均飲用量

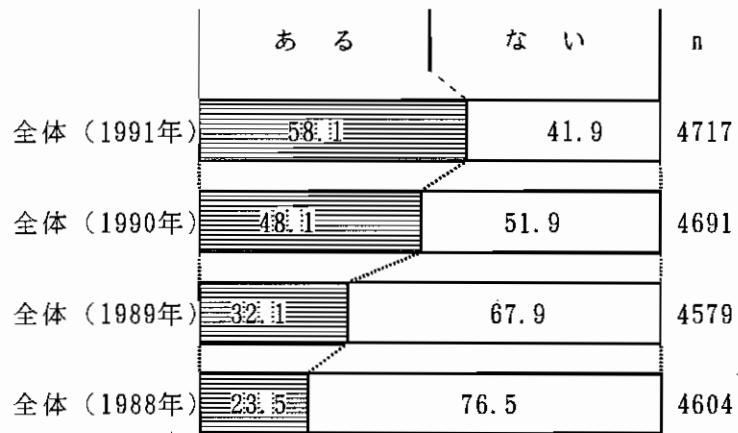


9. 骨粗鬆症に対する知識

1) 「骨粗鬆症」という言葉の認知率

「骨粗鬆症」ということばを聞いたことがあるという人は、年々高くなり、今年（1991年）は58%と半数を越えた。この認知率の伸びから、難しい名前前の病気であるにもかかわらず、いかに消費者の間に急速に浸透していったかわかるだろう。

図 I - 2 3 「骨粗鬆症」という言葉の認知率



この認知率は牛乳をよく飲む層ほど高く、ヘビーユーザーでは64%もの人が認知している。一方、ノンユーザーでも46%が認知しており、全体的に認知率が上がったことがうかがえる。

性別にみると、認知率は男性より女性の方が高く、6割を超えている。ただし、男性も過半数が認知するようになった。

また年齢別にみると、30代以上は60%以上の認知率となっている。10代の認知率はまだ32%に過ぎないが、20代でも50%を超えており、全ての年齢層で骨粗鬆症に対する関心が高まってきているようだ。

さらに、地域別にみると、ほとんどの地域で5割以上の認知率となり、全国的に高い伸びがみられる。都市規模別にみると、特に大都市での認知率が高いが、その差は小さく、広く情報が行き渡っていることがうかがえる。

表 I - 10 「骨粗鬆症」という言葉の認知率

(%)

		1988	1989	1990	1991	
全 体		23.5	32.1	48.1	58.1	
性 別	男 性	19.9	26.8	42.2	51.7	
	女 性	26.5	36.3	52.6	63.8	
年 令 別	10 代	10.3	11.2	25.4	31.9	
	20 代	18.0	24.2	41.4	50.6	
	30 代	27.3	35.9	52.8	66.8	
	40 代	29.5	40.1	52.9	65.1	
	50 代	27.6	38.8	54.2	61.2	
	60才以上	23.9	34.8	54.5	64.7	
牛 乳 飲 用 量	ヘビーユーザー	27.1	37.8	58.1	63.6	
	毎日ミドルユーザー	31.5	37.1	53.5	63.6	
	ミドルユーザー	22.4	31.1	45.7	58.2	
	ライトユーザー	18.3	28.3	39.4	52.4	
	ノンユーザー	17.0	23.2	37.4	46.0	
			1988	1989	1990	1991
	地 域 別	北海道	16.6	33.2	46.6	49.4
東北		17.0	27.8	46.6	49.7	
関東		26.2	32.1	50.7	59.3	
中部・北陸		20.7	32.5	47.3	56.4	
近畿		28.6	36.9	48.4	61.3	
中国		22.4	29.8	51.1	60.7	
四国九州		13.6	37.6	35.9	49.7	
都 市 規 模 別	12大都市	28.0	32.9	52.0	60.3	
	15万以上市	25.7	34.5	50.5	59.6	
	5万以上市	22.7	30.3	47.0	58.9	
	5万未満市	16.8	41.5	42.0	58.4	
	郡 部	19.9	27.3	44.5	53.3	

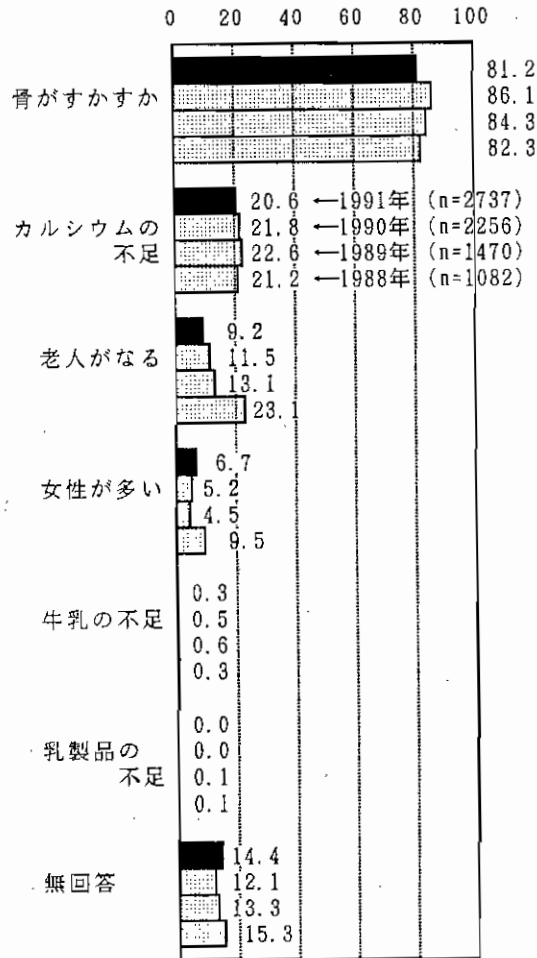
2) 「骨粗鬆症」の内容

では、骨粗鬆症ということばを知っている人は、この病気に対してどの程度認識しているであろうか。骨粗鬆症の具体的な内容について、自由回答で聞いた。

骨粗鬆症の主な症状である「骨がすかすか、もろくなる」に対しては81%と、かなり高い割合で認識されている。しかし、「カルシウムの不足」、「老人がなる」「女性が多い」ということに対しては、理解度がかなり低い結果となっている。特に、「老人がなる」については、年々下がっている。

「牛乳の不足」「乳製品の不足」に対する理解も1%に満たない。牛乳や乳製品と骨粗鬆症との関連についての理解が、まだ不足しており、もっと牛乳や、乳製品との関連についての普及が必要であるだろう。

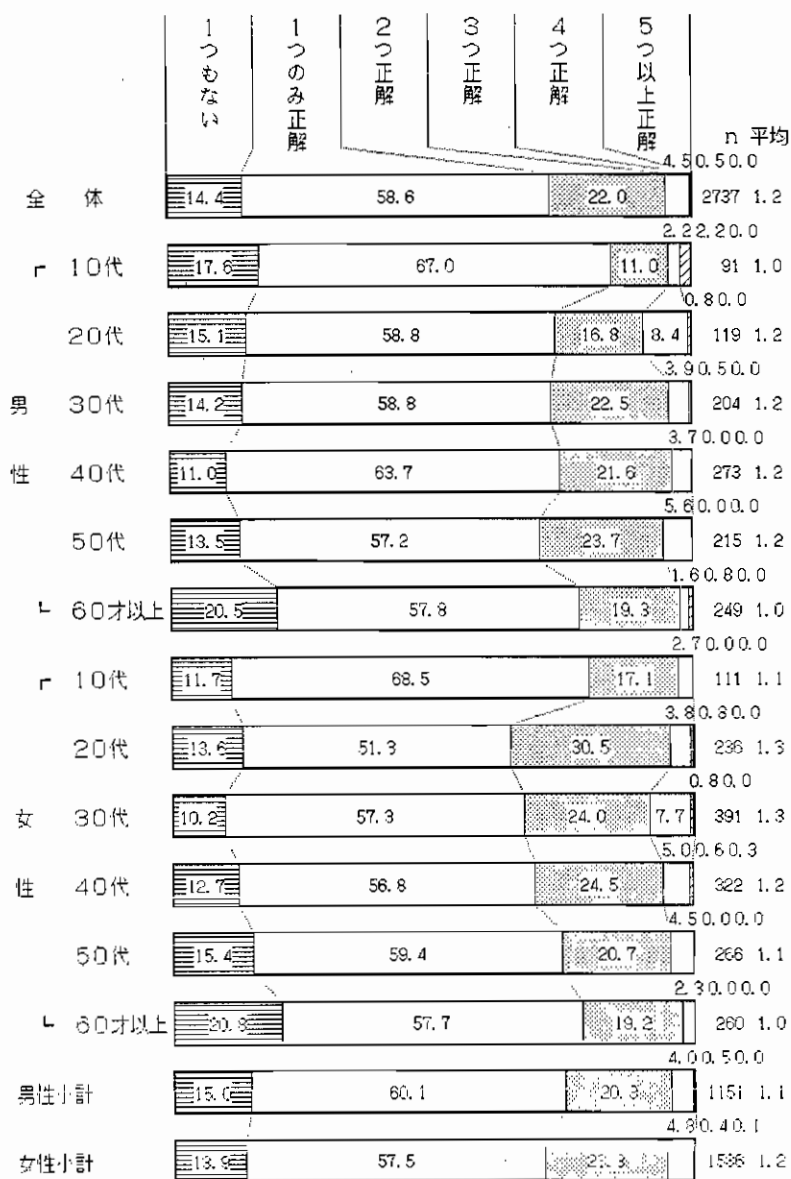
図 I - 2 4 骨粗鬆症の具体的内容



この骨粗鬆症に対する認知項目がいくつあったかをみると、59%は1つのみであり、2つ以上答えた人は27%ほどに過ぎない。単に骨が弱くなることのみでなく、どんな人がどんな原因でなる病気なのかという情報も普及するよう工夫が必要だろう。

なお、性・年齢別にみると、やはり、男性に比べ女性の方が平均が高く、特に20～30代の女性が詳しいことがわかる。

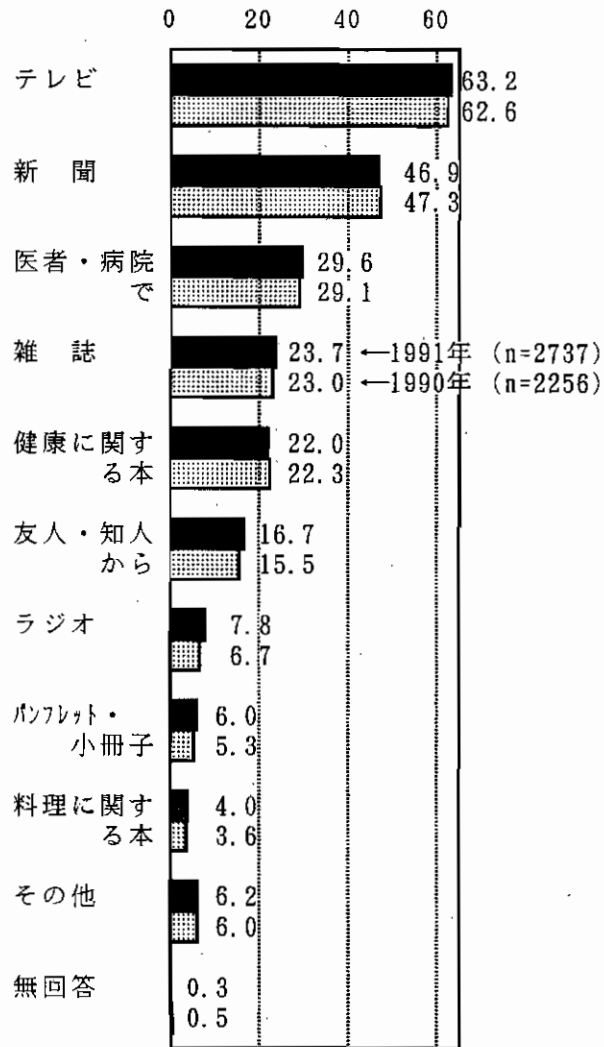
図 I - 25 骨粗鬆症の内容の認知度



3) 「骨粗鬆症」の認知経路

骨粗鬆症という言葉を知っている人にその認知経路を聞くと、「テレビ」が63%で最も多い。次いで「新聞」47%が多く、マスメディアを通じての認知が多いことがわかる。また、「医者・病院で」や「健康に関する本」など、医療の専門機関からという回答も多い。

図 I - 26 骨粗鬆症の認知経路



II 牛乳購入の実態

1. 購入頻度と購入量

本章から、世帯別に牛乳の購入がどのように行なわれているかをみるとする。

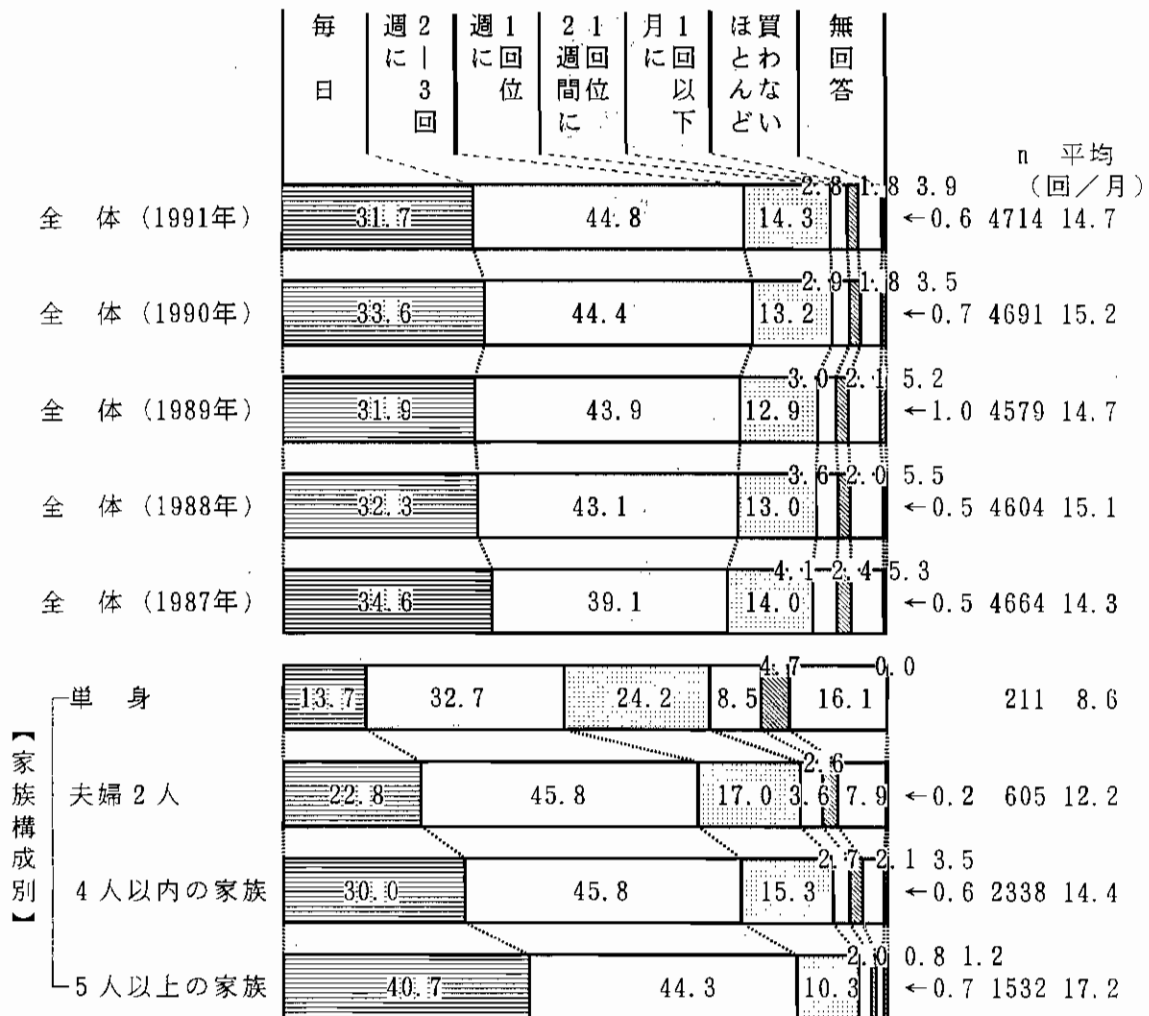
回答者は調査対象世帯の主婦である。単身世帯等では本人である。

1) 購入頻度

まず、牛乳購入頻度をみると、毎日購入する人は32%、週に2~3回購入する人は45%であり、1ヶ月(30日)の平均購入回数を算出すると、14.7回であり、前回(15.2回)に比べるとやや下がっているが、前々回とほぼ同レベルを維持している。

家族構成別にみると、家族人数が多いほど、牛乳を頻繁に購入している。

図II-1 牛乳購入頻度



主婦属性別にみると、専業主婦の場合も有職主婦の場合も、30～40代の世帯の購入頻度が高い。ただし、どちらの場合も、29歳以下の若い主婦の世帯での購入頻度が前回に比べ下がっている。

都市規模別では、前回に比べ都市規模が大きいほど、購入頻度が下がり、前々回同様、都市規模による牛乳の購入頻度の差がみられるようになった。

表Ⅱ-1 主婦属性別牛乳の購入頻度

(単位 回/月)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2	14.7
専 業 主 婦	～29才	14.3	15.1	15.1	15.1	13.3
	30代	15.5	16.2	16.0	15.8	15.3
	40代	15.5	15.8	15.1	15.2	15.7
	50才～	13.8	14.6	14.8	15.4	14.4
有 職 主 婦	～29才	11.8	13.9	12.3	13.0	11.3
	30代	15.6	16.7	15.2	16.4	15.3
	40代	14.8	15.4	15.1	16.0	15.6
	50才～	13.6	15.2	14.3	14.6	15.5
単 身 ・ 他	～29才	7.8	8.4	8.2	8.7	9.0
	30代	9.2	10.7	9.1	10.1	9.8
	40代	10.5	8.3	10.4	15.2	13.6
	50才～	11.3	11.9	11.7	12.1	11.2

表Ⅱ-2 地域別・都市規模別牛乳の購入頻度

(単位 回/月)

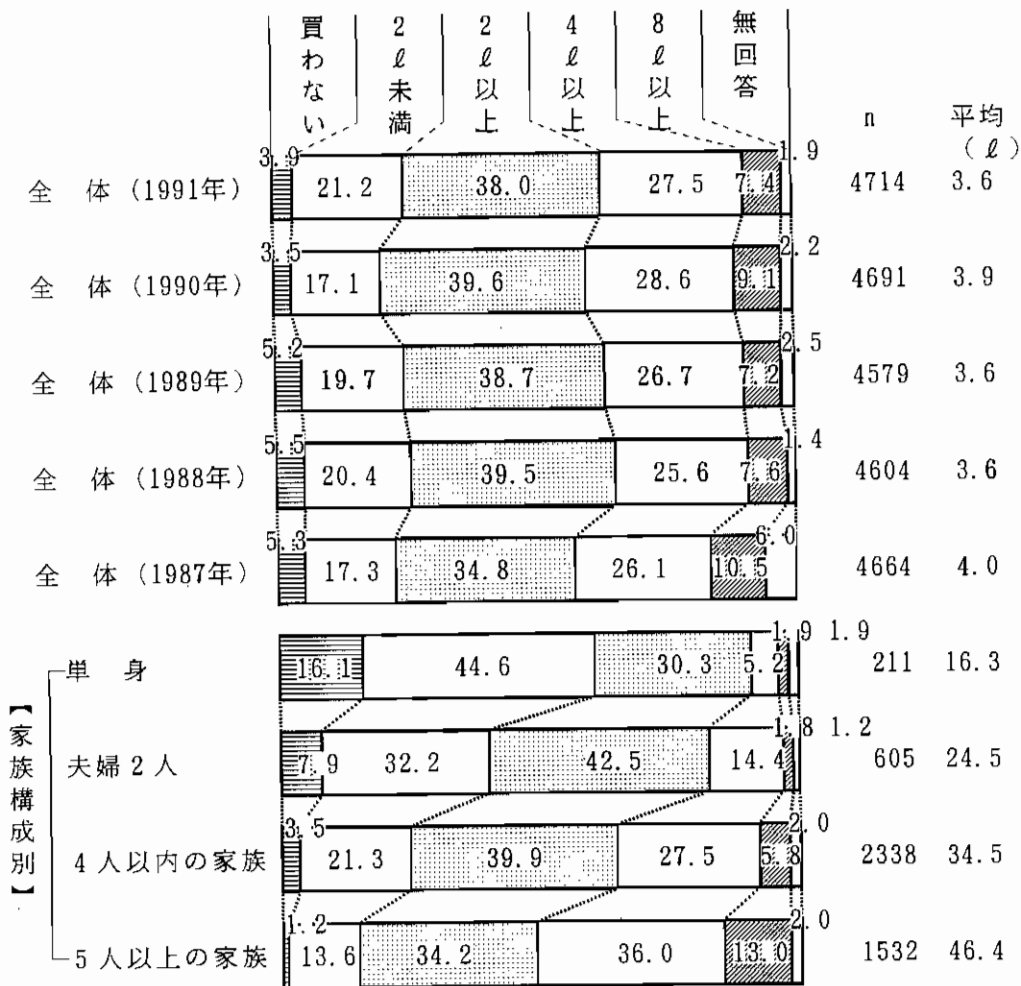
		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2	14.7
地 域 別	北海道	11.1	12.5	12.8	11.7	11.5
	東北	13.7	14.2	15.3	16.4	14.1
	関東	13.8	14.7	13.9	14.5	14.6
	中部・北陸	15.1	15.7	15.2	16.3	15.0
	近畿	14.9	15.6	15.8	16.0	15.5
	中国	15.1	16.7	15.2	15.5	15.7
	四国九州	16.5	16.4	18.1	14.6	13.7
都 市 規 模 別	12大都市	14.0	14.9	14.2	15.3	14.7
	15万以上市	13.8	14.5	14.1	15.0	14.4
	5万以上市	14.0	15.0	15.1	14.6	14.0
	5万未満市	14.4	16.0	15.1	15.6	15.4
	郡 部	15.5	15.9	15.4	15.9	15.4

2) 購入量

次に、牛乳の購入量をみていこう。1世帯の1週間当たりの購入量は、平均3.6ℓである。これも購入頻度と同様に前回(3.9回)よりやや下回っているが、前々回(3.6ℓ)と同レベルを維持している。

家族構成別にみると、家族数が多いほど、大量に買う人が多い。家族人数が多いほど、頻繁に買い、それが大量購入につながっていることがわかる。

図Ⅱ-2 1週間の牛乳購入量



なお、1987年の数値は購入量をリットル単位の整数で答えたものであるが、1988年より、リットル単位の小数点以下1位までで答えている。これは、より精密な数値を得るための措置であり、今回もこの方法をとっている。

主婦属性別にみると、専業主婦・有職主婦ともに、30代・40代の購入量が他の層に比べ、かなり多い。

地域別、都市規模別でみると以下のとおりである。

表Ⅱ-3 主婦属性別・家族構成別牛乳購入量

(単位 ℓ/週)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9	3.6
専 業 主 婦	～29才	4.2	3.6	3.8	3.6	3.4
	30代	4.7	4.2	4.2	4.7	4.2
	40代	4.8	4.2	4.0	4.1	4.2
	50才～	3.4	2.9	3.1	3.4	3.2
有 職 主 婦	～29才	2.6	2.7	2.7	2.9	2.7
	30代	4.9	4.2	4.0	4.2	4.0
	40代	4.2	3.8	3.7	4.4	4.1
	50才～	3.4	3.1	3.3	3.3	3.3
家 族 構 成	単身・他	2.3	1.3	1.4	1.9	1.6
	夫婦2人	3.2	2.4	2.5	2.8	2.4
	4人以内	4.0	3.4	3.4	3.6	3.4
	5人以上	5.2	4.4	4.5	4.9	4.6

表Ⅱ-4 地域別・都市規模別牛乳の購入量

(単位 ℓ/週)

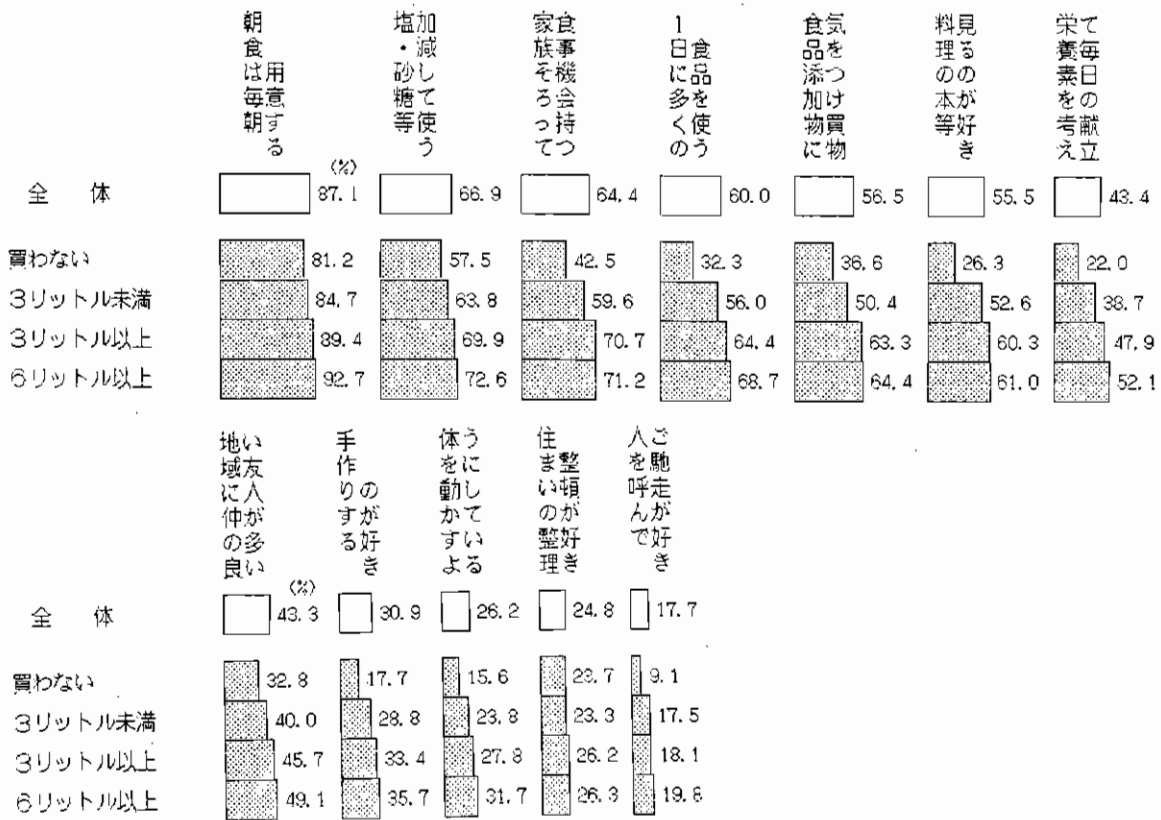
		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9	3.6
地 域 別	北海道	3.2	3.4	3.2	3.3	3.1
	東 北	3.8	3.4	3.8	4.1	3.7
	関 東	4.2	3.8	3.7	4.1	4.0
	中部・北陸	4.2	3.4	3.5	3.8	3.5
	近 畿	4.1	3.6	3.6	3.6	3.5
	中 国	3.6	3.6	3.5	3.8	3.4
	四 国	4.9	3.0	3.9	3.8	3.2
	九 州	4.0	3.4	3.3	3.7	3.4
都 市 規 模 別	12大都市	4.0	3.7	3.6	3.8	3.7
	15万上市	4.2	3.5	3.5	3.9	3.7
	5万上市	3.9	3.5	3.7	3.8	3.5
	5万未上市	3.8	3.7	3.6	3.7	3.7
	郡 部	4.1	3.5	3.5	4.0	3.6

3) 購入量と健康への気くばり

家族の健康に対する主婦の配慮の度合いは、牛乳の購入量によって、どのように異なるかをみるために、健康に対する配慮に関する12項目について自分にあてはまるかどうか聞いた。

ほとんどの項目において、牛乳の購入量の多い世帯ほど、あてはまると答える率が高く、主婦が家族の健康に注意を払っていることがわかる。つまり、家族の健康管理に気をつけている主婦ほど、牛乳をたくさん購入し、利用しており、牛乳購入量は賢い主婦のバロメーターとしても考えられよう。

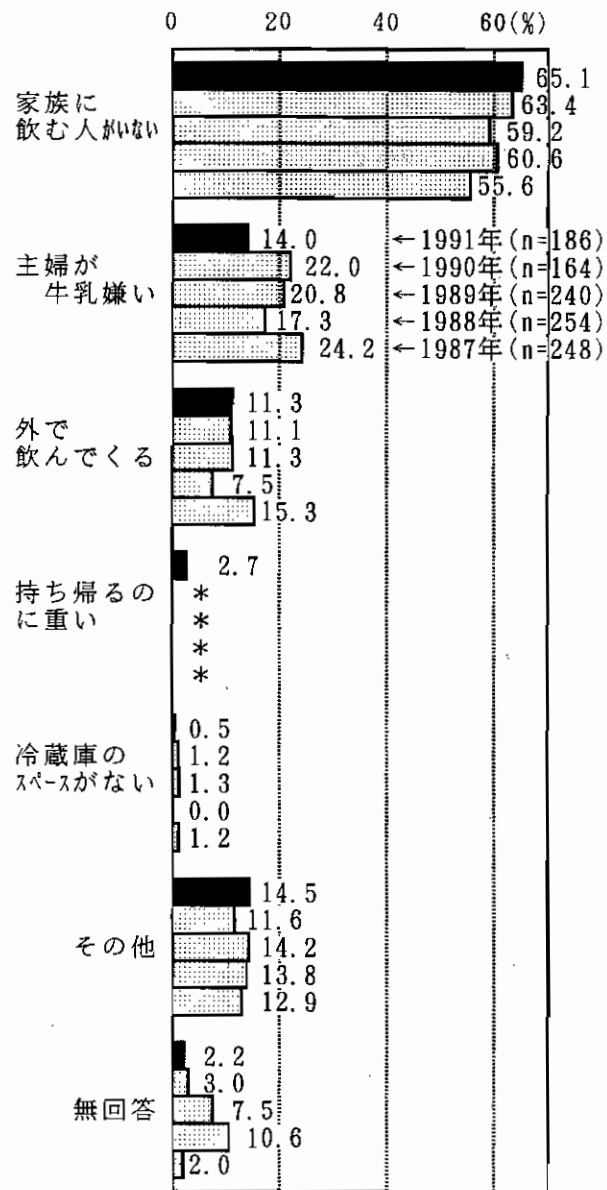
図Ⅱ-3 牛乳購入量別健康管理への配慮



4) 牛乳を買わない理由

牛乳をほとんど買わない世帯の主婦に対し、なぜ買わないのか、その理由を聞いたところ、「家族に飲む人がいないから」が65%と最も多く、次いで「主婦が牛乳が嫌いだから」(14%)、「家で牛乳を飲まなくても、外で飲んでくるから」(11%)の順になっている。この順序は過去4回と変化はない。ただし、「家族に飲む人がいないから」が年々増えている点に留意する必要がある。

図Ⅱ-4 牛乳を買わない理由

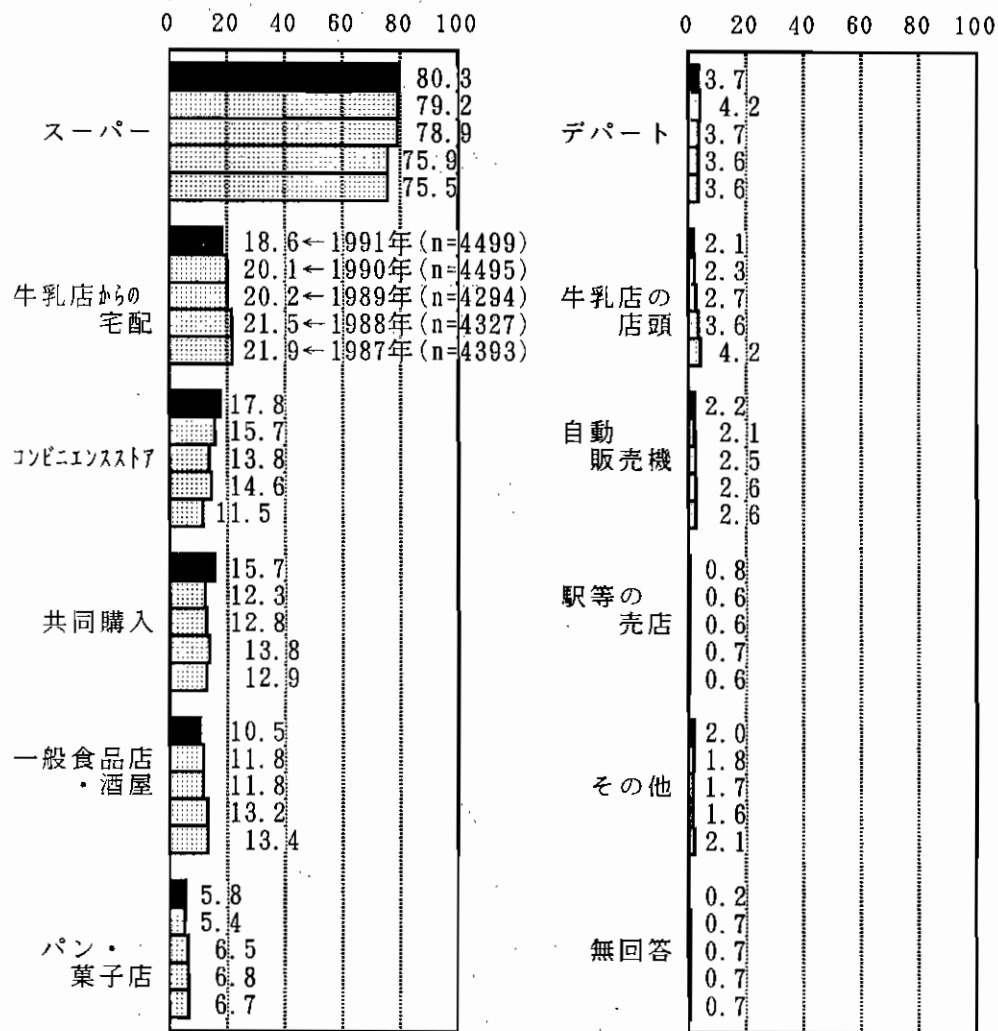


2. 購入場所

最近1ヶ月間に牛乳を買った店を聞いたところ、「スーパー」を利用して
いる人が80%で最も高い。次いで、「牛乳店からの宅配」が19%である
が、「スーパー」に比べ、4分の1に過ぎない。

時系列でみると、「牛乳店からの宅配」や「牛乳店の店頭」を利用する人
は年々減少傾向にあり、牛乳店が利用されなくなっていることがわかる。
一方、「スーパー」「コンビニエンスストア」は増加傾向があり、特に「コ
ンビエンスストア」での伸びに注目できる。

図Ⅱ-5 牛乳購入場所



牛乳の購入量別にみると、購入量が多い世帯ほど多様な形態で購入しており、「コンビニエンスストア」や「共同購入」などで購入する世帯も多い。都市規模別にみると、「スーパー」や「コンビニエンスストア」などは、規模が大きいほど利用率が高く、「牛乳店からの宅配」「一般食料品店・酒屋」は都市規模が小さいほど利用されている。

主婦の属性別では、単身・その他は「コンビニエンスストア」の利用が主婦に比べ多い。若い主婦ほど「スーパー」や「コンビニエンスストア」の利用が多い。「牛乳店からの宅配」は、高齢層の主婦の世帯でよく利用されている。

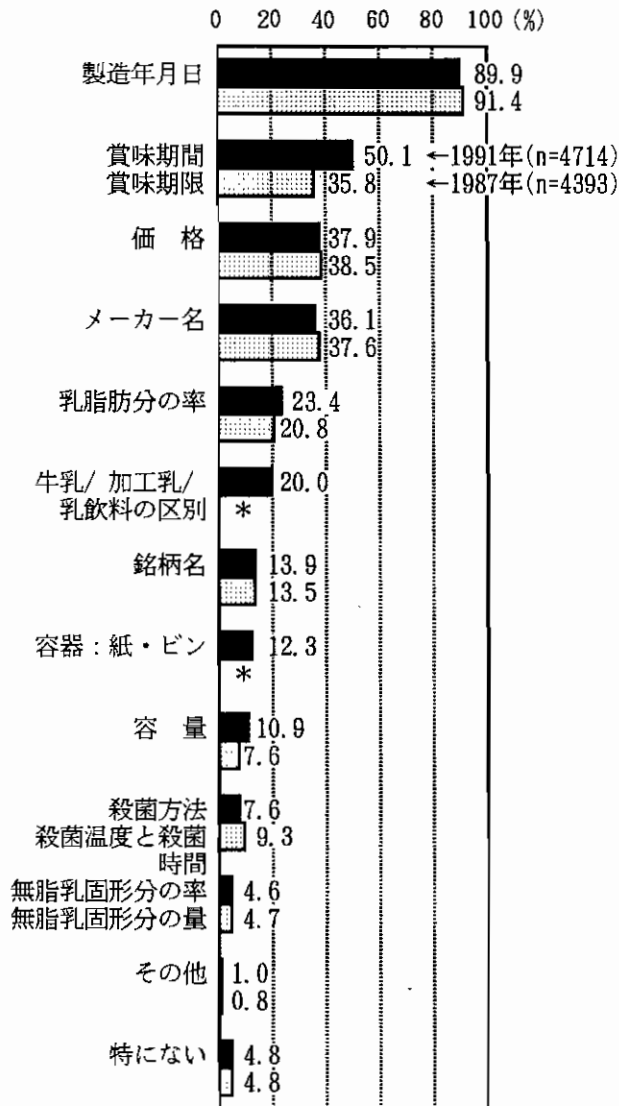
表Ⅱ-5 牛乳の購入場所

	スーパー	牛乳店からの 宅配	コンビニエ ンスストア	生協等 共同購入で	一般食料品店 酒屋	パン・菓子 店	デパート	自動販売機	牛乳販売店の 店頭	駅などの店	その他	無回答	(n)	
全 体	80.3	18.6	17.8	15.7	10.5	5.8	3.7	2.2	2.1	0.8	2.0	0.2	4,499	
購入量別	3リットル未満	75.9	19.4	16.5	11.9	9.9	5.7	3.2	2.3	1.9	0.8	1.7	0.2	1,988
	3リットル以上	82.6	19.5	17.3	18.3	10.8	5.5	3.6	1.9	1.6	0.8	2.2	0.2	1,487
	6リットル以上	86.3	15.1	22.0	20.1	11.6	6.5	4.9	2.4	3.1	0.9	2.8	0.2	963
	12大都市	80.8	13.0	24.6	16.3	8.9	9.1	2.1	3.5	2.9	1.4	2.3	0.1	956
都市規模別	15万以上市	82.7	15.9	18.9	15.7	9.0	6.7	4.2	2.6	1.8	0.9	1.7	0.2	1,289
	5万以上市	82.2	19.2	18.2	16.3	9.7	5.1	5.4	2.0	1.2	0.6	1.1	0.4	889
	5万未満市	80.3	23.3	12.9	17.8	15.2	5.8	4.9	1.0	1.9	1.0	3.2	0.3	309
	郡 部	75.4	25.0	11.6	14.1	13.3	2.6	2.7	0.9	2.6	0.4	2.7	0.1	1,056
	専業主婦	80.2	18.7	16.9	16.3	10.6	5.7	3.8	1.9	2.2	0.8	2.3	0.3	2,261
世帯構成の有無	有職主婦	81.4	19.3	17.0	16.1	10.4	5.6	3.8	2.0	1.9	0.6	1.7	0.2	1,960
	単身・その他	73.0	12.9	31.7	8.6	11.2	8.3	2.2	4.7	2.5	2.2	2.5	-	278
	20代以下	83.9	10.6	31.5	13.5	10.8	7.9	6.3	3.6	1.7	1.0	1.4	-	416
主婦年齢別	30代	83.1	18.5	21.2	24.0	10.1	5.3	3.7	2.5	1.7	0.5	2.3	0.1	1,014
	40代	82.8	16.8	17.3	16.2	10.3	6.4	3.4	1.7	2.1	0.6	1.9	0.3	1,490
	50代以上	75.2	22.4	12.5	10.6	11.0	5.1	3.2	2.0	2.5	1.1	2.2	0.3	1,575

3. 牛乳購入時に気をつけること

牛乳を購入する際、どんなことに気をつけて買っているのか聞いたところ、最も多いのは「製造年月日」であり、90%の主婦が気をつけていると答えている。次いで「賞味期間」が50%で続いており、「価格」（38%）や「メーカー名」（36%）より、気をつける率が高い。このことから、主婦が牛乳を購入する際には、価格などに比べ、『新鮮さ』がより重要なポイントになっていることがわかる。

図Ⅱ-6 牛乳購入時に気をつけること



牛乳購入時に気をつけることを牛乳の購入量別にみると、購入量が多いほど、いろいろな点に気をつけており、こだわりを持って牛乳を選んでいることがわかる。

都市規模別にみると、「製造年月日」や「賞味期間」など、新鮮さに関する項目では差はみられず、どの人にも重視されていることがわかる。ただし「銘柄名」は都市規模が大きいほど気をつける率が高く、都市部ではブランド志向があることがわかる。

主婦の属性別にみると、有職主婦や単身・その他に比べ、専業主婦では、多様な項目をあげる率が高く、こだわりが強いことがわかる。年齢別にみると、若い主婦では「賞味期間」や「価格」などに気を付けている率が高いが高齢の主婦では「銘柄名」や「容器」について気をつけている率が高い。

表Ⅱ-6 牛乳購入時に気をつけること

	製造年月日	賞味期間	価格	メーカー名	乳脂肪分の率	牛乳／乳粉／加糖乳	銘柄名	容器： 紙・ビン	容量	殺菌温度と 殺菌時間	無菌乳固形分の率	その他	持たない	(n)	
全体	89.9	50.1	37.9	36.1	23.4	20.0	13.9	12.3	10.9	7.6	4.6	1.0	4.8	4,499	
購入量別	3リットル未満	87.0	49.8	31.4	34.4	18.8	15.0	11.5	12.2	10.9	5.7	3.3	1.1	6.6	1,988
	3リットル以上	92.1	50.0	41.8	38.1	25.6	21.7	15.5	12.0	10.6	7.5	5.4	0.9	3.6	1,487
	6リットル以上	92.2	50.1	46.3	36.7	30.5	28.1	16.7	12.9	11.6	11.6	6.1	1.0	3.0	963
都市規模別	12大都市	90.0	47.7	37.9	37.9	25.6	20.8	16.4	13.9	11.4	8.5	4.4	1.4	4.7	956
	15万以上市	90.1	50.4	40.3	38.2	25.4	20.3	15.8	13.7	10.9	8.3	5.5	1.2	3.6	1,289
	5万以上市	91.0	52.0	41.6	36.6	22.8	22.0	11.8	11.7	9.8	8.1	4.9	0.9	3.5	889
	5万未満市	89.6	49.2	36.6	38.5	21.0	20.4	12.0	11.0	10.4	4.5	3.2	0.3	7.1	309
	郡部	88.5	50.5	32.2	30.7	20.2	17.0	11.6	9.9	11.4	6.3	3.7	0.9	6.7	1,056
主婦業の有無	専業主婦	90.0	51.0	39.5	36.2	24.6	21.1	15.0	12.6	11.3	8.0	4.7	1.0	4.8	2,261
	有職主婦	90.5	50.0	37.2	37.1	23.3	19.6	13.2	12.0	10.5	7.1	4.6	1.1	4.1	1,960
	単身・その他	84.5	42.8	29.9	27.3	14.4	14.0	10.1	11.2	10.1	7.2	2.9	0.7	9.7	278
主婦年齢別	20代以下	93.0	61.8	52.2	33.4	19.7	21.2	9.4	9.1	13.9	7.2	4.1	2.4	2.6	416
	30代	91.3	53.7	42.7	33.8	23.3	21.7	11.5	9.3	10.8	8.7	4.5	1.0	3.7	1,014
	40代	91.3	50.7	36.4	37.0	25.7	20.7	14.2	9.6	10.8	7.9	4.8	0.8	4.4	1,490
	50代以上	86.7	44.2	32.3	37.3	22.3	17.9	16.4	17.6	10.2	6.7	4.5	0.9	6.4	1,575

4. 価格意識

牛乳や他の日常食品について、栄養やおいしさ、楽しさなどから考えて、割安か、割高かを聞いた。今回はコーヒーや紅茶を缶やボトルに入っているものに限定し、チーズはプロセスチーズとナチュラルチーズとに分けて比較を行った。

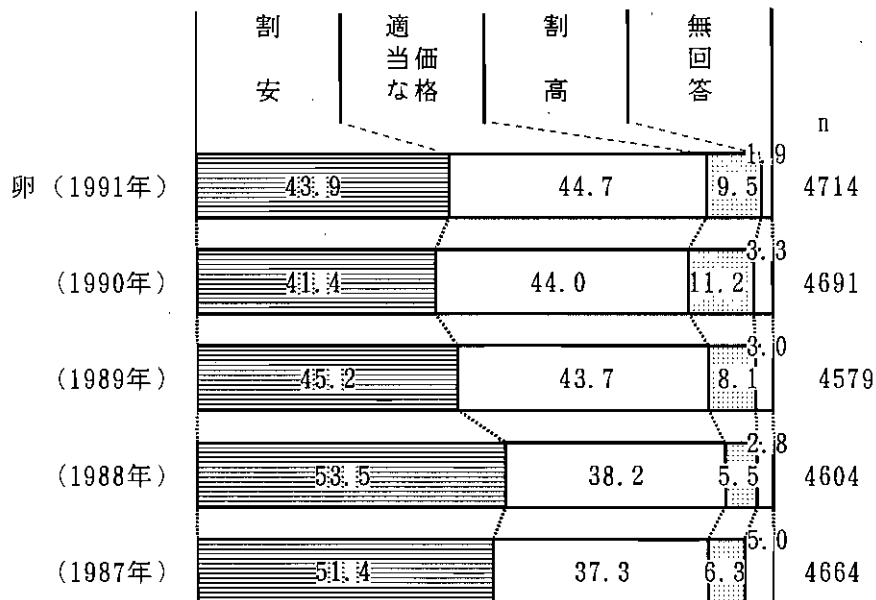
すると、割安感が最も高いものは「卵」であり、44%が割安と考えている。これは、過去4回とも第1位の位置を維持し続けている。

次いで「牛乳」の割安感が高く、31%の人が割安と感じている。価格が適当であるとする人が64%と多いのに対し、割高とする人は4%にすぎず、全体的に割安なイメージであることがわかる。時系列でみると、前回までは割安感はやや高くなってきていたが、今回は前回と比べ割安感がやや減少し、適当な価格と考える人が増えている。

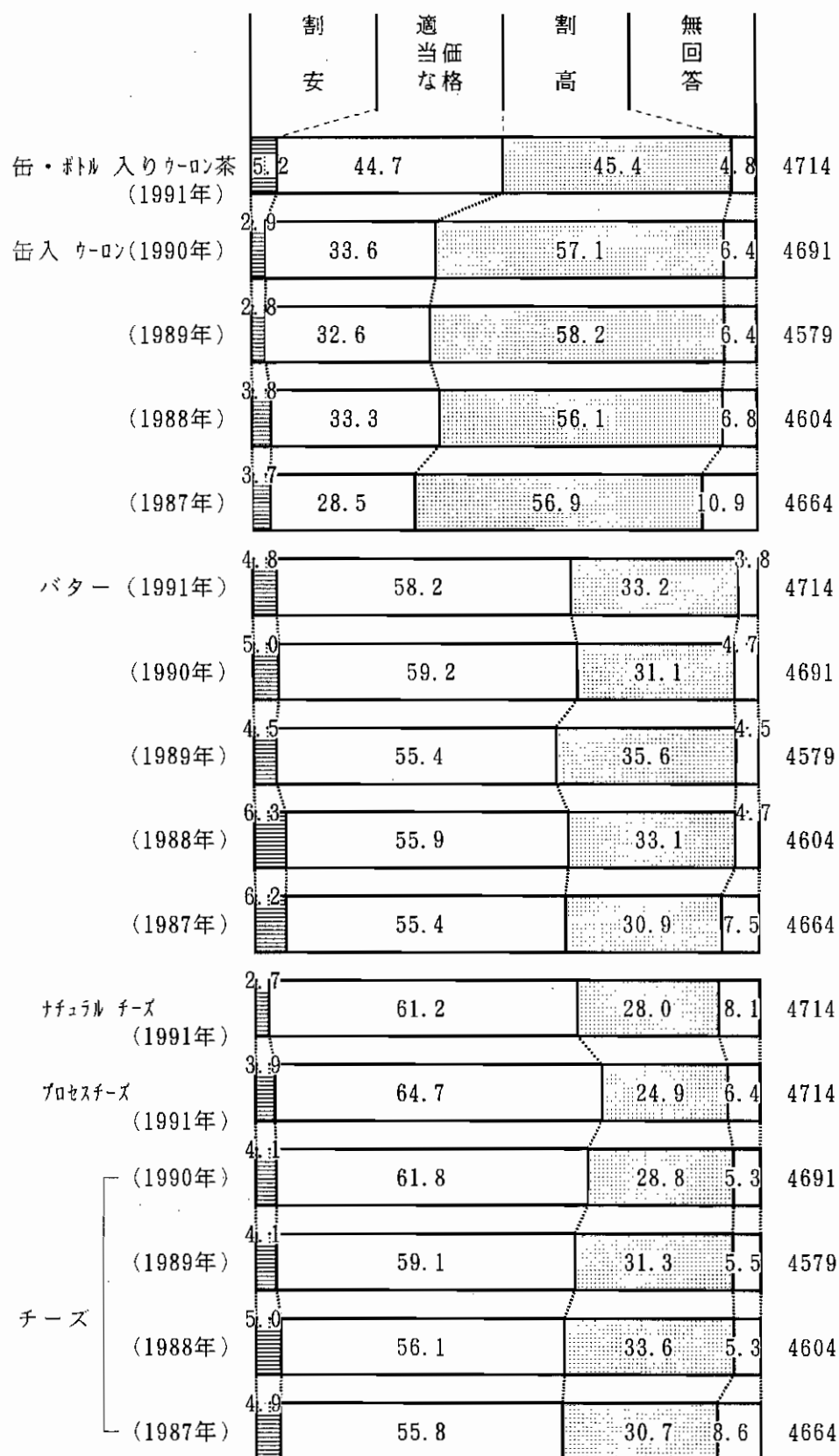
「バター」や「チーズ」は割高感が3割と高い。チーズの中では、「プロセスチーズ」に比べ「ナチュラルチーズ」の方が割高感が強い。

「缶・ボトル入りコーヒー」は割高感が36%、「缶・ボトル入り紅茶」は同38%であり、この2者の割高感には差はみられない。それに比べ「缶・ボトル入りウーロン茶」は割高感が45%と高く、缶やボトル入りの飲料の中では、ウーロン茶が最も割高に感じられていることがわかる。

図Ⅱ-7 価格意識



	割 安	適 当 価 格	割 高	無 回 答	
牛乳 (1991年)	30.5	63.7	4.1	1.7	4714
(1990年)	32.1	60.4	5.2	2.3	4691
(1989年)	27.7	62.6	7.2	2.5	4579
(1988年)	29.7	60.1	8.0	2.2	4604
(1987年)	26.5	62.1	7.4	4.0	4664
7-ガリン (1991年)	18.8	71.6	6.0	3.6	4714
(1990年)	16.6	71.6	6.8	4.9	4691
(1989年)	15.3	72.1	7.8	4.8	4579
100%ジュース (1991年)	6.7	52.4	36.6	4.3	4714
(1990年)	6.8	54.2	34.2	4.9	4691
(1989年)	6.9	50.4	37.4	5.3	4579
(1988年)	7.0	49.2	39.0	4.8	4604
(1987年)	6.9	48.6	36.5	8.0	4664
缶・ボトル入りコーヒー (1991年)	6.2	53.4	35.5	4.9	4714
缶・ボトル入り紅茶 (1991年)	5.4	51.1	37.9	5.6	4714



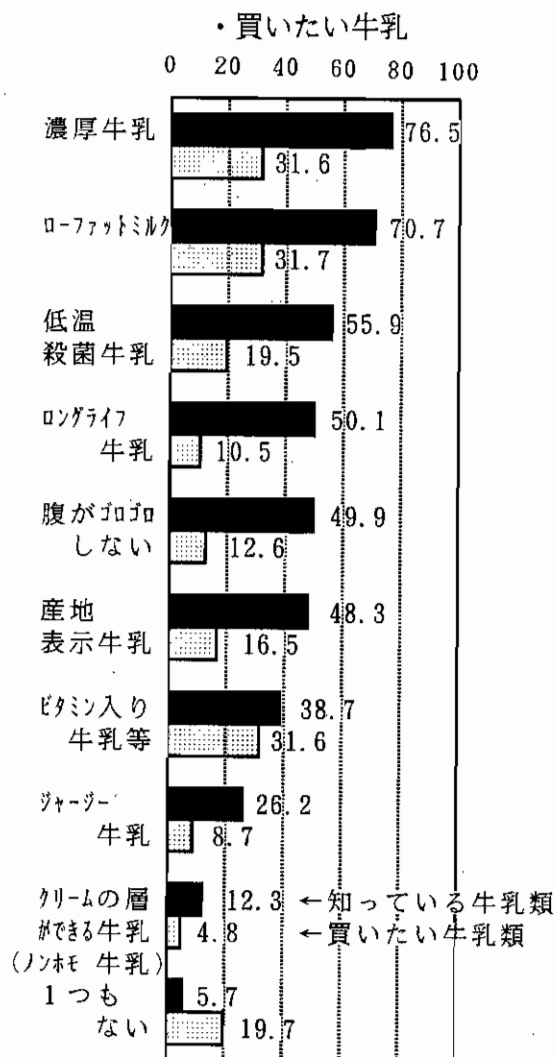
5. 牛乳の種類認知と買いたい種類

いろいろな牛乳の種類を示し、それらの認知率を聞いたところ、「濃厚牛乳」が77%で、最もよく知られている。次いで「ローファットミルク（低脂肪乳）」（70%）、「低温殺菌牛乳」（56%）などが高い。今回ここで示した9種類のうち、6種類は約5割の主婦に認知されており、牛乳の種類が普及してきていることがわかる。

また、この中で買いたいと思うものは何かを聞くと、「ローファットミルク」と「濃厚牛乳」、「ビタミン入り牛乳など」が共に32%で最も高い。前者2つは認知率も高く、購入意向も高いが、「ビタミン入り牛乳」は認知率が特に高くはないにも関わらず、飲用意向が高い点で、注目できる。

次いで、「低温殺菌牛乳」（20%）や「産地表示牛乳」（17%）などの購入意向が高い。

図II-8 知っている牛乳



主婦の年齢別に種類の認知をみると、若い主婦ほど多くの種類を知っており、50代以上では、認知率がかなり低い。

また買いたい牛乳についても年齢別にみると、やはり、年齢が高い主婦ではほとんどの種類について、若い層に比べると購入意向が低い。「濃厚牛乳」は30～40代の意向が高く、「お腹がゴロゴロしない牛乳」は40代で高い。主婦が40代位の世帯では濃い牛乳を飲みたい反面、お腹がゴロゴロする家族もいるという問題があるようだ。

現在の購入量別に買いたい種類をみると、牛乳の購入量の多い世帯ほど、いろいろな牛乳の購入意向が高い。特に「濃厚牛乳」は購入量による差が大きく、購入量が多い世帯では、「ローファットミルク」より「濃厚牛乳」の方が購入意向が高い。

表Ⅱ-7 知っている牛乳

	ロー ファット ミルク	濃厚 牛乳	ロング ライフ 牛乳	低 塩 濃 縮 牛 乳	が た き る 牛 乳 ク リ の 層	産 地 表 示 牛 乳	ジ ャ ー 牛 乳	口 し な い 牛 乳 お 腹 が ゴ ロ ゴ	ビ タ ミ ン 入 り 牛 乳 等	無 回 答	(n)	
全 体	70.7	76.5	50.1	55.9	12.3	48.3	26.2	49.9	38.7	5.7	4,714	
主婦職業別	専業主婦	71.4	76.1	50.1	56.7	11.9	48.7	27.1	49.3	38.9	6.1	2,351
	有職主婦	71.7	71.4	51.0	56.4	12.4	49.0	25.4	51.7	39.0	3.7	2,027
	単身・その他	59.2	68.2	44.0	46.4	14.6	41.1	25.3	44.0	35.4	14.3	336
主婦年齢別	20代以下	82.1	89.0	57.5	65.5	17.2	53.3	33.1	71.0	52.6	2.5	435
	30代	80.1	83.1	67.1	68.3	17.5	55.3	35.1	66.1	47.5	2.6	1,038
	40代	73.1	79.0	51.6	57.5	11.9	50.3	25.4	49.3	37.1	3.0	1,538
	50代以上	60.3	67.5	36.7	44.8	8.3	41.3	20.1	35.6	31.6	10.0	1,664

表Ⅱ-8 買いたい牛乳

	ローファット ミルク	濃縮牛乳	ロングライフ 牛乳	低脂肪牛乳	がきぎる牛乳 クリームの層	産地表示牛乳	ジャージー 牛乳	口しない牛乳 お腹がゴロゴロ	ビタミン入り 牛乳等	無調整	(n)	
全 体	31.7	31.6	10.5	19.5	4.8	16.5	8.7	12.6	31.6	19.7	4,714	
主婦職業別	専業主婦	32.1	29.4	10.4	19.9	4.9	16.9	9.1	11.7	29.7	19.8	2,351
	有職主婦	32.5	35.2	10.9	20.1	4.6	16.9	8.6	13.9	35.0	16.9	2,027
	単身・その他	24.7	25.9	8.6	13.4	5.1	11.0	6.8	10.1	23.8	35.4	336
主婦年齢別	20代以下	33.6	32.9	11.0	20.2	4.4	15.6	10.1	10.6	36.6	14.7	435
	30代	30.2	38.4	10.0	25.7	7.3	16.8	12.5	11.3	33.3	15.8	1,038
	40代	32.4	33.7	11.6	19.9	4.7	17.9	8.7	14.4	33.6	16.8	1,538
	50代以上	31.8	25.5	9.7	15.4	3.4	15.4	6.2	12.3	27.7	25.2	1,684
牛乳購入量別	買わない	10.8	6.5	4.8	5.4	2.2	4.8	2.7	12.4	12.4	66.1	186
	3リットル未満	32.6	28.0	10.4	17.3	3.9	14.7	7.4	13.8	30.9	20.3	1,988
	3リットル以上	33.1	37.5	11.2	20.6	5.9	19.1	10.1	11.7	34.9	15.1	1,487
	6リットル以上	33.0	36.8	11.3	26.0	5.2	19.0	11.1	10.8	32.2	13.8	963

Ⅲ 食べる牛乳

1. 牛乳料理の摂取頻度（個人ベース）

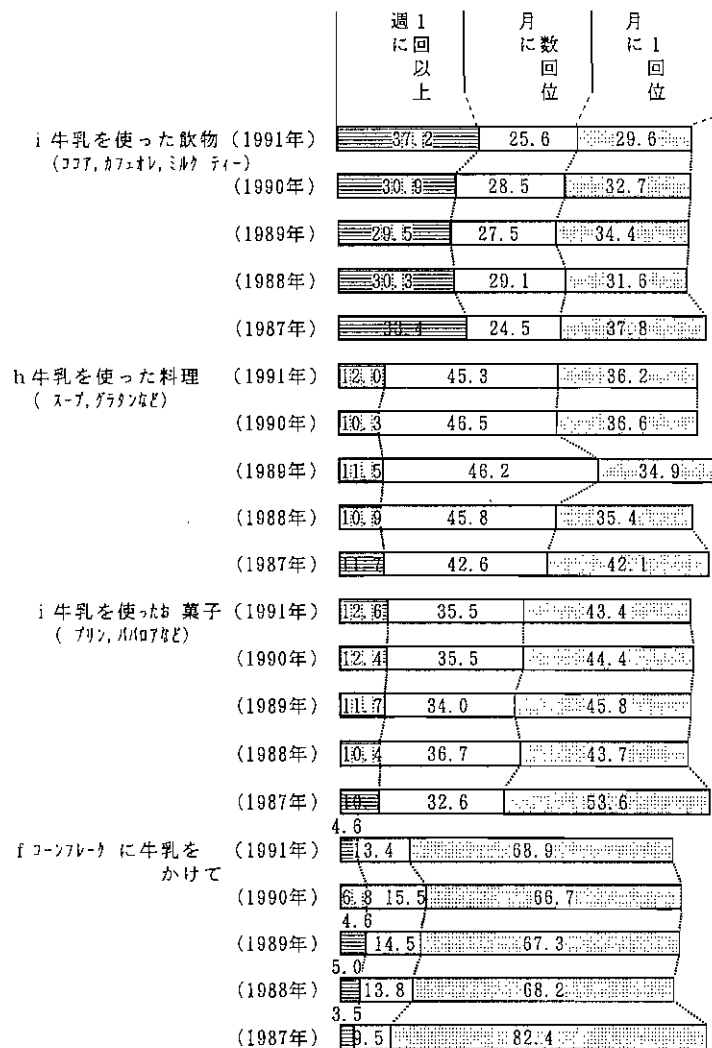
牛乳を使った料理や飲みものはどれくらいの頻度で食されているのだろうか。いくつかのメニューをあげて聞いた。

この中で、最も頻度が高いものは、カフェオレ、ココア、ミルクティーなどの「牛乳を使った飲みもの」であり、37%が週に1回以上飲んでいる。これは時系列でみると、大きく増加している。

「牛乳を使った料理」やプリン、パバロアなどの「牛乳を使ったお菓子」は食用頻度が低く、前回と比べても、大きな増加はみられない。

「コーンフレークス」は、食用頻度自体は低いものの、年々微増していたため、注目していたが、今回は増加はみられなかった。

図Ⅲ-1 牛乳料理の摂取頻度

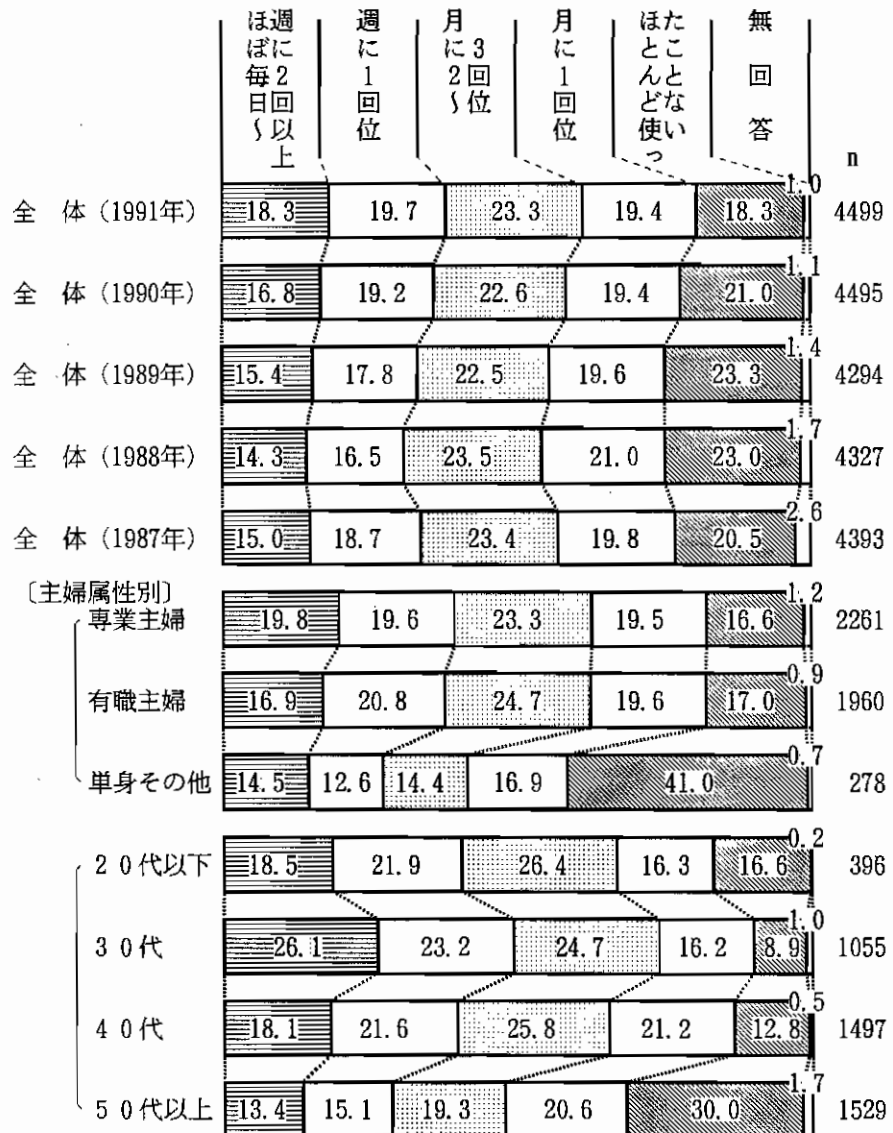


2. 牛乳を料理に使う頻度（世帯ベース）

また牛乳を料理に使う頻度を主婦に聞くと、週に2回以上使う世帯は18%、週に1回位使う世帯は20%である。この2つをたして、週に1回以上使っている世帯をみると、38%であり、年々増加している。

主婦属性別に比べると、専業主婦の方が、有職主婦より、若干使う頻度が高い。年代別にみると、30代の使用頻度が最も高く、それ以上は年令が上がるに従って、頻度が下がっている。高齢の主婦にもなじむような、料理の紹介をしていくことが望まれる。

図Ⅲ-2 牛乳を料理に使う頻度



また、都市規模別に牛乳を料理に使う頻度をみると、都市規模が大きいほど頻繁に使っており、郡部などでは「ほとんど使ったことがない」が22%と高い。大都市のみでなく、郡部にもいろいろな牛乳の使い方を普及する必要があるだろう。

表Ⅲ－1 牛乳を料理に使う頻度

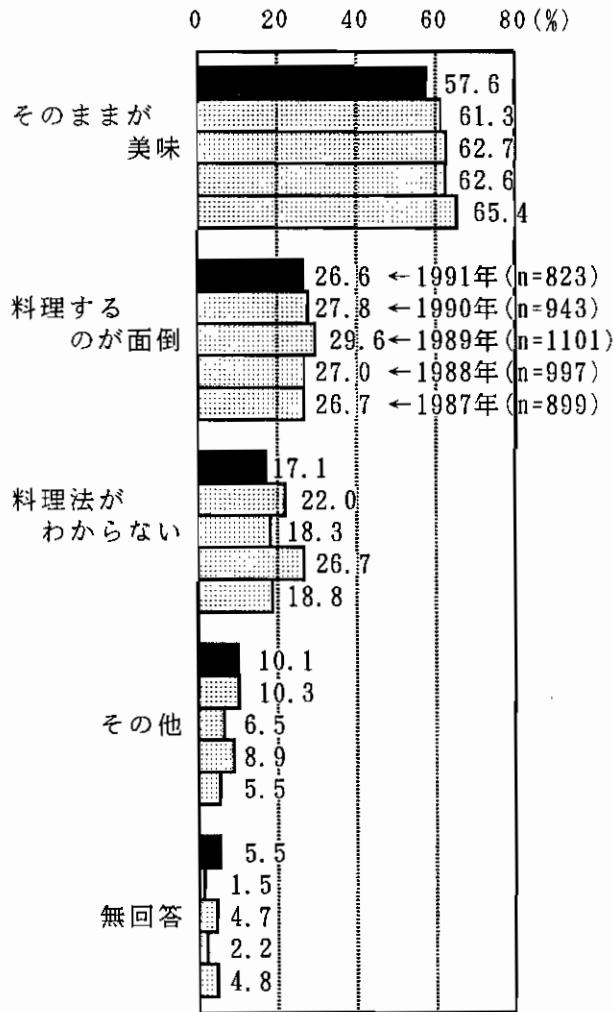
		週に2-3回以上	週に1回は使っている	月に2-3回は使っている	月に1回は使っている	ほとんど使ったことがない	無回答	(n)
全 体		18.3	19.7	23.3	19.4	18.3	1.0	4,499
都市規模別	12大都市	21.3	19.5	24.5	19.2	15.5	-	956
	15万以上市	18.0	21.8	21.6	20.2	17.1	1.2	1,289
	5万以上市	17.8	18.8	23.6	19.7	19.1	1.0	889
	5万未満市	18.4	21.4	23.9	17.2	17.2	1.9	309
	郡 部	16.2	17.6	24.0	18.9	21.9	1.4	1,056

3. 牛乳を料理に使わない理由

牛乳をほとんど料理に使わない世帯に対して、どうして牛乳を料理に使わないのか、その理由を聞いた。

すると、牛乳を「そのまま飲んだ方がおいしい」が58%で最も多い。しかし、時系列でみるとわずかずつ減っている。また、「料理をするのがめんどう」「料理のしかたがわからない」という理由は、「そのままの方がおいしい」の3分の1ほどに過ぎず、これも前回と比べるとやや減少している。総数からみても、牛乳を料理に使わない率は減少してきており、しだいに牛乳が料理にも使われてきており、その阻害要因も小さくなってきているようだ。

図Ⅲ-3 牛乳を料理に使わない理由



主婦属性別にみると、「料理をするのが面倒」は単身・その他に多く、年齢別では20代以下の若い主婦に多くあげられている。料理の経験も浅い若い主婦にも、手早く簡単に作れる料理を紹介していく必要があるだろう。

表Ⅲ－2 主婦属性別牛乳を料理に使わない理由

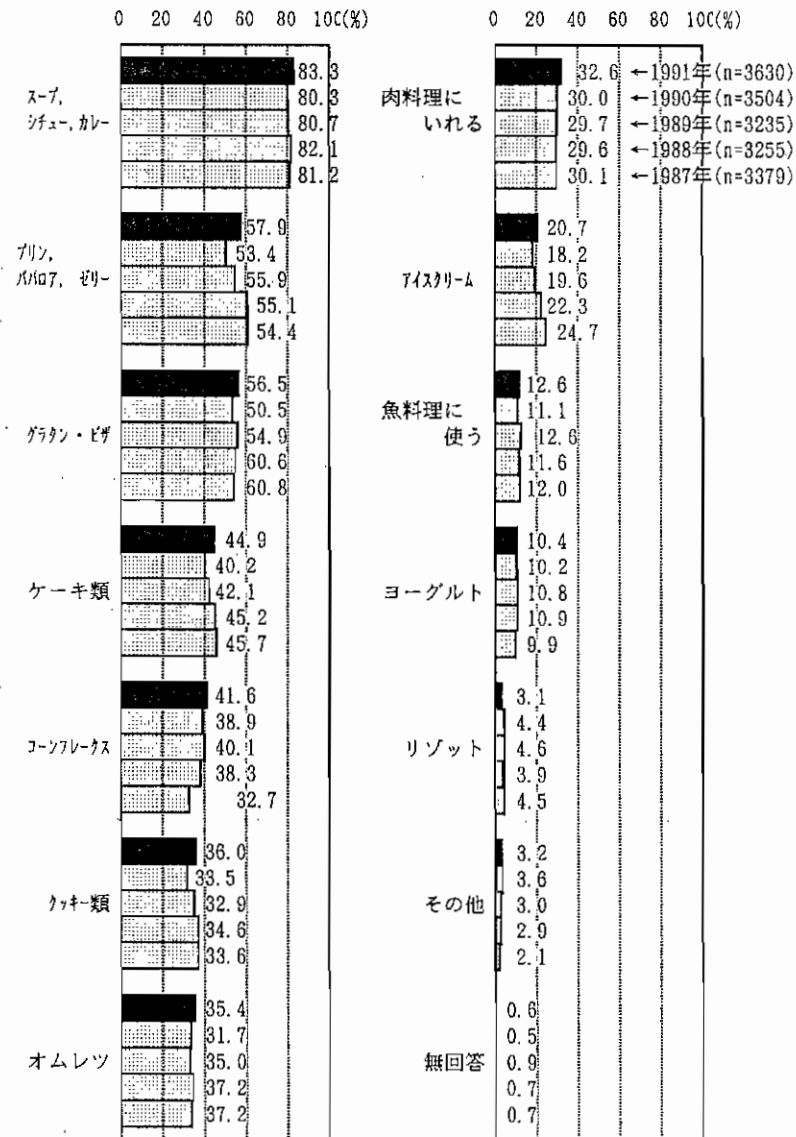
	そのままだが美味	料理するのめんどう	料理の仕方がわからない	その他	無回答	(n)	
全 体	57.6	26.6	17.1	10.1	5.5	823	
主婦職業別	専業主婦	61.2	13.9	19.1	10.1	6.1	376
	有職主婦	58.3	26.1	13.5	12.0	5.4	333
	単身・その他	43.9	53.5	21.1	4.4	3.5	114
主婦年齢別	20代以下	43.5	47.8	7.2	10.1	4.3	69
	30代	40.0	34.4	33.3	11.1	5.6	90
	40代	65.3	20.0	8.4	12.6	6.8	190
	50代以上	60.0	24.6	19.1	8.9	5.1	472

4. 料理法

牛乳を使った料理としては、どのような料理がつけられているのだろうか。牛乳をお菓子づくりや料理に使っている主婦に作ったことのある料理を聞いたところ、最も多く作られているメニューは、「スープ・シチュー・カレー」であり、83%もの世帯で作られている。次いで、「プリン・パバロア・ゼリー」「グラタン・ピザ」の順に多い。

時系列でみると、ほとんどの料理で前回に比べ反応率が上がっており、いろいろな種類の料理が作られてきていることがわかる。

図Ⅲ-4 作ったことのある牛乳料理



主婦の年齢別にみると、全般的に高齢の主婦より若い主婦の方が、牛乳を使った料理やお菓子をいろいろ作っている様子がうかがえる。特に「プリン・ババロア・ゼリー」「グラタン・ピザ」「コーンフレークス」などは若い主婦でよく作られている。

	スープ・カレー ・シチュー	プリン・ババロア ・ゼリー	グラタン ・ピザ	ケーキ類	コーン フレークス 他	クッキー類	オムレツ	
全 体	83.3	57.9	56.5	44.9	41.6	36.0	35.4	
主婦職業別	専業主婦	84.0	58.6	58.1	46.1	42.1	35.7	36.6
	有職主婦	82.6	58.0	55.4	44.0	39.9	36.9	34.6
	単身・その他	81.5	49.4	48.8	40.1	52.5	30.9	29.6
主婦年齢別	20代以下	86.1	63.3	63.9	48.3	53.5	40.5	39.3
	30代	86.7	65.0	66.8	53.4	56.2	41.1	41.0
	40代	83.6	60.9	56.5	47.4	38.8	40.5	34.8
	50代以上	79.1	46.7	45.4	33.6	28.7	24.8	30.1

	肉料理に 入れる	アイス クリーム	魚料理に 使う	ヨーグルト	リゾット	その他	無回答	(n)	
全 体	32.6	20.7	12.6	10.4	3.1	3.2	0.6	3,630	
主婦職業別	専業主婦	32.7	20.9	15.3	10.2	3.6	3.4	0.6	1,859
	有職主婦	33.1	20.8	10.0	10.7	2.6	2.9	0.5	1,609
	単身・その他	25.9	16.7	7.4	10.5	2.5	3.7	1.9	162
主婦年齢別	20代以下	29.2	18.5	10.4	8.1	4.3	3.8	0.6	346
	30代	29.3	26.9	12.1	10.9	3.6	3.5	0.2	914
	40代	35.9	22.4	12.5	11.4	2.8	2.6	0.5	1,292
	50代以上	32.3	13.9	13.8	9.6	2.7	3.4	1.2	1,076

IV 乳製品等に対する意識

1. 乳製品等の位置づけ

チーズ、バター、ヨーグルト及びマーガリンについての好き嫌い、家庭での常備状況を聞いた。

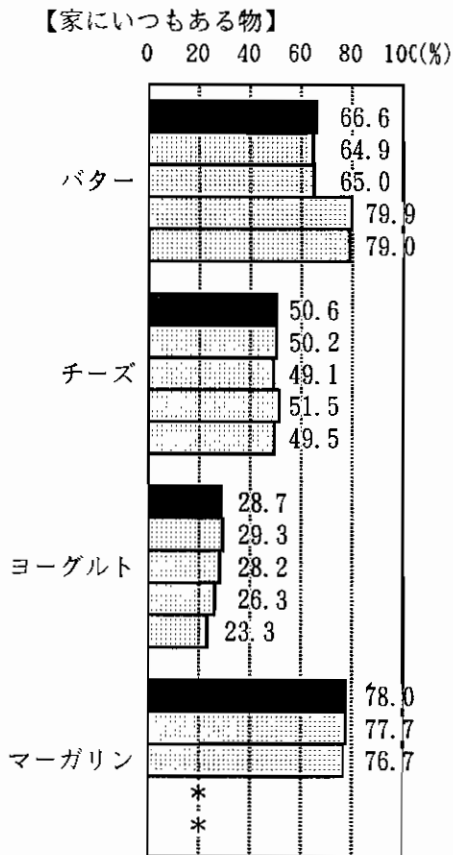
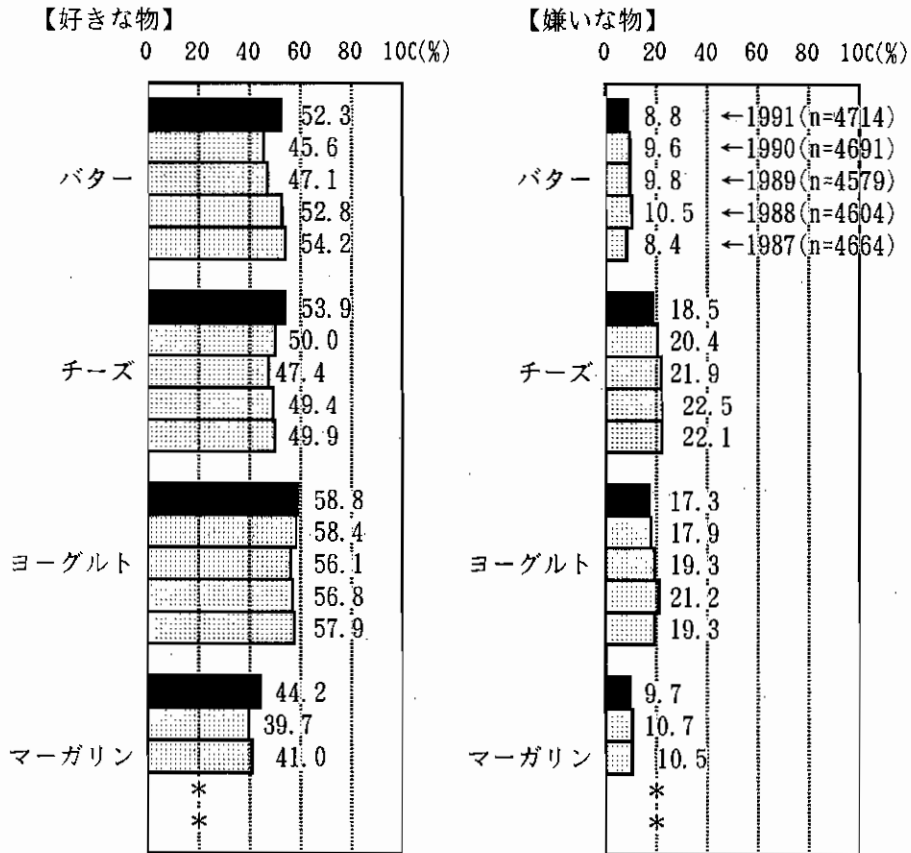
まず、好き嫌いをみると、ヨーグルトを好きな人が59%で最も高く、次いでチーズ(54%)、バター(52%)を好きな人が多い。マーガリンを好きな人は44%であり、他の3品目に比べるとやや低い。なお、バターを好きな率は年々減少傾向にあったが、今回は前回より増加した。また、チーズの好きな率が年々増加傾向にある点に注目できる。

嫌いな率はどれも好きな率の3分の1以下であり、乳製品を嫌いな人は少ない。

家での常備率をみると、マーガリンが最も高く78%であり、次いでバターが67%である。チーズは51%の家庭で常備している。ヨーグルトは、常備率は29%であり、年々増加傾向がみられていたが、今回は前回と同率で維持している。

※「マーガリン」は1989年より、項目に加えた。このため、それ以前のバターのデータには「マーガリン」との混同があった可能性も考えられる。

図IV-1 乳製品の位置づけ



好きな率を年齢別にみると、チーズはどの年齢の人にも好まれているが、特に10～20代の若年層で好きな率が高い。また、ヨーグルトも若い人には好まれている。これに対し、バターは10代や50代以上の人にはあまり好まれていない。もっと中高年にも乳製品全般に親しんでもえるような工夫が必要ではないだろうか。

また、都市規模別にみると、都市規模が大きい方が多様な乳製品を好んでいる。都市規模の小さい地域にももっと乳製品を普及していくことが重要だろう。

表IV-1 好きな乳製品

		バター	チーズ	ヨーグルト	マーガリン	無糖	(n)
全体		52.3	53.9	58.8	44.2	9.5	4,714
男 性	10代	48.1	56.9	77.0	42.8	6.0	318
	20代	55.1	64.1	66.7	40.9	6.9	276
	30代	57.5	55.1	54.9	45.1	9.8	379
	40代	57.6	56.8	46.0	44.7	10.1	465
	50代	55.3	52.8	42.9	42.1	10.7	394
	60才以上	53.4	49.6	33.4	40.0	15.4	395
	小計						
女 性	10代	43.0	60.1	86.1	40.5	2.2	316
	20代	49.5	58.0	79.1	39.9	5.2	426
	30代	62.1	57.4	71.7	55.9	5.3	512
	40代	49.4	48.8	57.5	47.7	9.6	449
	50代	49.7	46.7	54.3	45.9	12.2	392
	60才以上	42.1	44.1	44.6	39.5	19.4	392
	小計						
小計	男性小計	54.8	55.5	51.7	42.7	10.1	2,227
	女性小計	50.1	52.5	65.2	45.6	9.0	2,487
都市規模別	12大都市	59.9	57.5	60.0	49.2	6.1	1,001
	15万以上市	54.2	55.1	59.8	43.1	7.6	1,347
	5万以上市	52.7	52.4	58.3	46.1	10.3	933
	5万未満市	46.9	48.8	58.8	42.8	13.8	320

2. 乳製品に対する知識

乳製品に対する知識は、牛乳に比べ「わからない」という反応が多く、牛乳ほどには理解されていないようだ。

ここにあげた項目の中で、最もよく理解されていたのは、「チーズは高タンパク質食品である」であり、『そう思う』（「そう思う」と「まあそう思う」の和）は77%と高い。次いで「チーズはカルシウムを効率的にとれる食品である」と「アルコールを飲む時はチーズなどを食べながら飲む方がよい」が、約66%で並んでいる。また「歯や骨を守るために中高年の人もできるだけチーズを食べた方がよい」も64%と高い。時系列でみると、これらの項目は年々『そう思う』率が高まってきており、チーズへの理解が高まってきていることがわかる。

また、チーズ及びバターとコレステロールとについて「普通に食べているかぎり心配することはない」に『そう思う』率は各々5割に満たない。特にバターとコレステロールとの関係については、年々『そう思う』率が下がっている。今後はコレステロールなどを中心とした普及活動にも力を入れていく必要があるだろう。

今年新たに追加した項目の「コーヒー用クリームには乳脂肪のものと植物性脂肪のものがある」については、『そう思う』が52%であり、半数ほどが知っているのみである。今後の普及活動が期待される。

図IV-2 乳製品に関する知識

	そう思う	まあそう思う	まあいいと思う	そうでもない	わからない	n
(1991年)	50.4		26.2	4.7	17.1	4714
(1990年)	49.1		26.0	4.5	18.8	4691
(1989年)	47.2		25.7	4.1	20.9	4579
(1988年)	46.8		24.8	5.3	21.3	4604
(1987年)	46.3		25.8	5.0	21.0	4664

チーズは高タンパク質食品である

チーズは普通の
食べ方をして
いる限り、コレ
ステロールを
心配すること
はない

	そう 思う	まあ 思う	あそ ない まう り思 わ	そ 思 う わ ない	わ か ら ない	n
(1991年)	19.9	21.8	17.8	10.0	30.3	4714
(1990年)	25.6	23.0	14.0	9.5	27.8	4691
(1989年)	24.2	24.2	11.7	9.1	30.8	4579
(1988年)	28.7	23.8	12.0	7.3	28.2	4604
(1987年)	26.0	23.5	11.4	7.0	32.1	4664

バターは普通
の食べ方をして
いる限り、コレ
ステロールを
心配すること
はない

(1991年)	12.2	19.4	22.0	20.4	26.0	4714
(1990年)	14.8	20.7	19.6	20.3	24.6	4691
(1989年)	16.6	19.8	17.1	17.9	28.6	4579
(1988年)	19.6	21.8	16.8	15.7	26.1	4604
(1987年)	18.4	22.4	15.7	14.0	29.5	4664

コーヒー用クリーム
には乳脂肪、植
物性脂肪がある

(1991年)	37.4	14.8	3.5	5.0	39.4	4714
---------	------	------	-----	-----	------	------

アルコールを飲む
時はチーズなどを
食べながら飲む方
が良い

	そう 思う	まあ そう 思う	あそな まうい り思わ	そ思 うわ ない	わ か ら ない	n	
(1991年)	40.5		26.5	8.9	4.6	19.6	4714
(1990年)	41.0		23.5	8.7	5.3	21.6	4691
(1989年)	39.5		21.7	8.8	5.3	24.7	4579
(1988年)	39.9		21.7	10.0	5.6	22.8	4604
(1987年)	37.1		22.4	10.9	5.4	24.2	4664

チーズはカルシウム
を効率的にとれ
る食品である

(1991年)	34.6		31.3	10.4	2.6	21.1	4714
(1990年)	33.6		28.4	9.9	3.9	24.2	4691
(1989年)	31.6		29.6	9.0	3.8	26.0	4579
(1988年)	31.3		28.5	11.0	3.8	25.4	4604
(1987年)	30.2		28.1	10.6	3.7	27.4	4664

骨や歯を守るた
めに中高年の人
もできるだけチ
ーズを食べる方
が良い

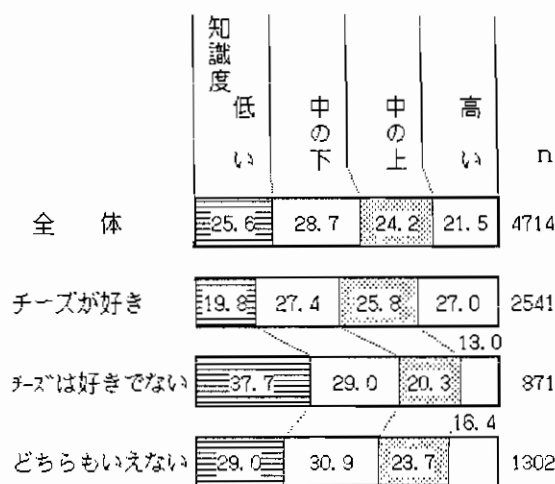
(1991年)	34.2		29.4	12.9	4.1	19.3	4714
(1990年)	33.4		27.2	13.8	5.7	22.2	4691
(1989年)	31.8		28.3	12.0	5.7	22.2	4579
(1988年)	33.2		26.8	13.2	5.8	21.0	4604
(1987年)	29.5		25.5	14.9	6.1	24.0	4664

乳製品の知識についても、牛乳の場合と同様に知識度* を算出してみた。

すると、やはりチーズが好きな人ほど知識を豊富に持っていることがわかる。

また、知識度を性・年齢別にみると、男性に比べ女性の方が知識を持っており、特に30代以上の女性で高い知識を持っている割合が高い。この層が主婦である率が高いことより、主婦には知識が行き渡っていることが推測される。

図IV-3 乳製品に関する知識



表IV-3 性・年齢別乳製品に関する知識

* 知識度とは、具体的には、「そう思う」に2点、「ややそう思う」に1点、それ以外の回答には0点を与え、全ての項目の和を算出した。この得点が3点以下は「低い」、4～6点は「中の下」、7～9点は「中の上」、10点以上は「高い」とした。

	知識度 低い	中の下	中の上	高い	(n)	
全体	25.6	28.7	24.2	21.5	4,714	
男	10代	44.3	29.6	16.7	9.4	318
	20代	29.7	30.4	26.8	13.0	276
	30代	28.8	25.1	25.1	21.1	379
	40代	22.6	27.7	23.9	25.8	465
	50代	25.6	30.5	21.6	22.3	394
	60才以上	25.6	27.8	26.6	20.0	395
女	10代	35.8	38.3	16.1	9.8	316
	20代	28.4	28.6	26.5	16.4	426
	30代	19.5	24.4	27.9	28.1	512
	40代	16.3	28.3	26.1	29.4	449
	50代	16.3	30.6	27.3	25.8	392
	60才以上	25.0	26.8	21.9	26.3	392
小計	男性小計	28.7	28.4	23.5	19.4	2,227
女性小計	22.9	29.0	24.8	23.4	2,487	

3. 乳製品等の利用状況

乳製品等は何んなものが利用されているだろうか。世帯の主婦に聞いた。

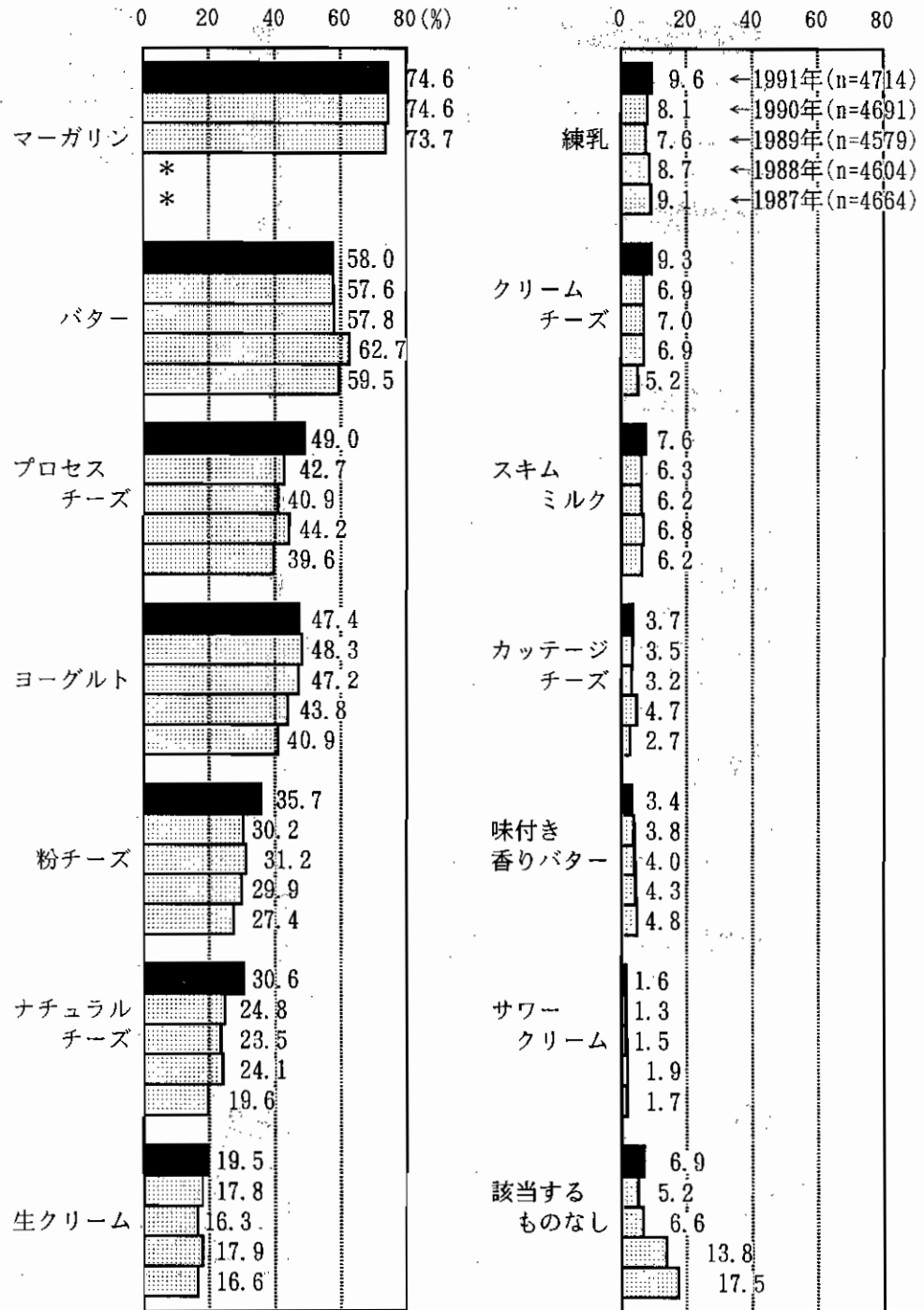
まず、『現在よく利用しているもの』で最も多いものは「マーガリン」であり、75%の世帯で使われている。この他「バター」「プロセスチーズ」「ヨーグルト」「粉チーズ」「ナチュラルチーズ」などが30%以上の家庭で利用されている。時系列でみると、「プロセスチーズ」「粉チーズ」「ナチュラルチーズ」「クリームチーズ」など、チーズ類が前回に比べ大きく増加している点に注目できる。また、「生クリーム」も年々増加している。

次に『家庭で料理に入れて使っているもの』を聞くと、「バター」が55%で最も多い。次いで「マーガリン」「粉チーズ」が、40%以上と高いが、この他の乳製品の料理への利用率は20%以下に過ぎない。ただし、「該当するものなし」の割合が年々減少しており、乳製品を料理に使う割合は高くなってきていることがわかる。

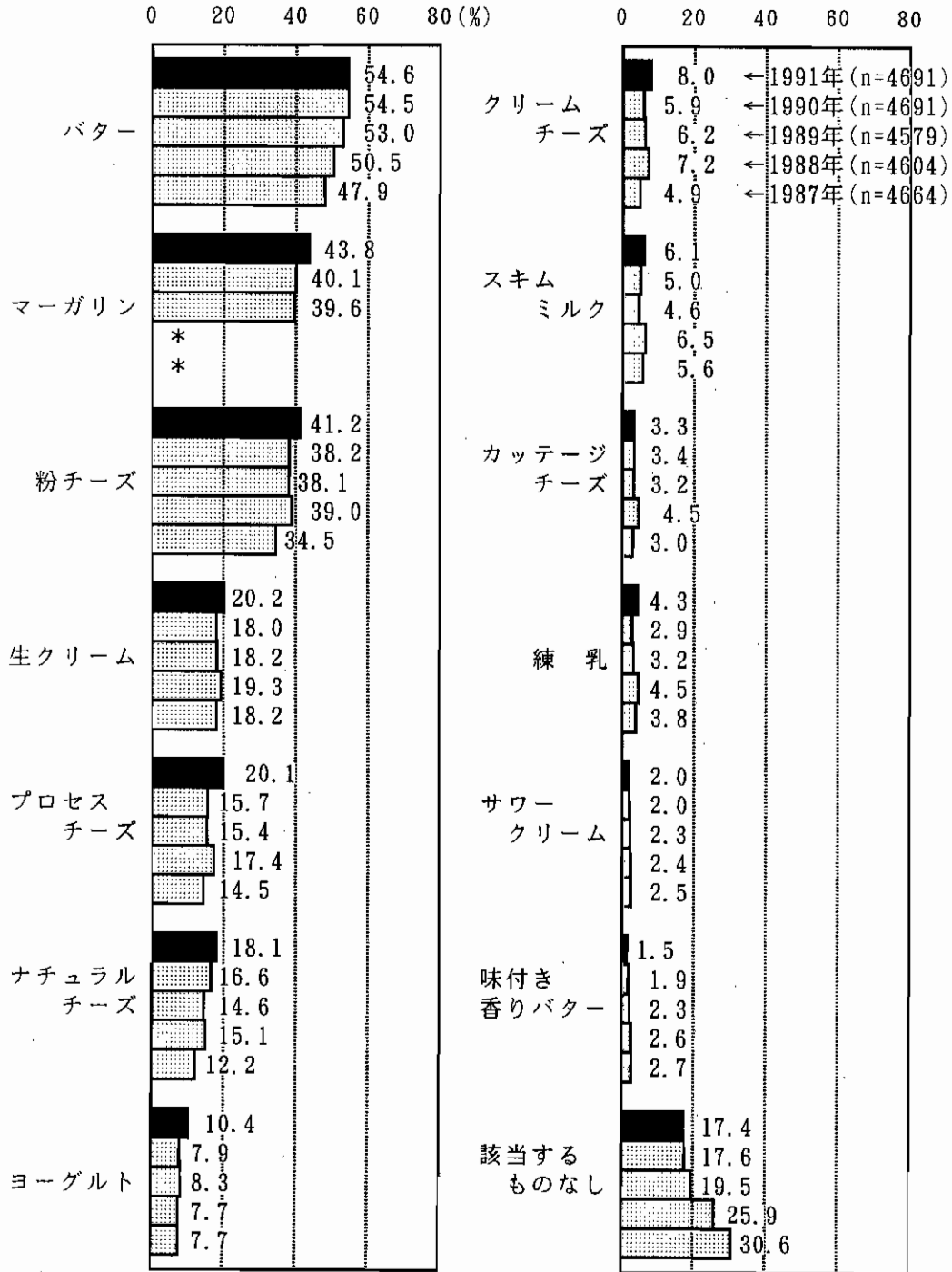
料理に入れている率を時系列でみると、マーガリンを始め、ほとんどの項目で前回に比べ高くなっている。乳製品が次第に家庭料理に浸透してきているようだ。

※「マーガリン」は1989年より、項目に加えた。このため、それ以前のバターのデータには「マーガリン」との混同があった可能性もみられる。

図IV-4 現在よく利用している乳製品



図IV-5 家庭で料理に入れて使っている乳製品



主婦属性別でみると、単身・その他では、主婦のいる家庭に比べ、マーガリンやバター、プロセスチーズやヨーグルトなどを利用する率が低い。

バターやヨーグルト、プロセスチーズなどの多くの乳製品では30～40代の主婦がいる世帯で利用率が高いが、20代以下の若い主婦や50代以上の主婦の世帯では相対的に利用率が低い。まだ料理に慣れない若い主婦や乳製品を使い慣れない高齢層の主婦にも、使いやすい乳製品の普及が望まれる。

表IV-4 現在よく利用している乳製品

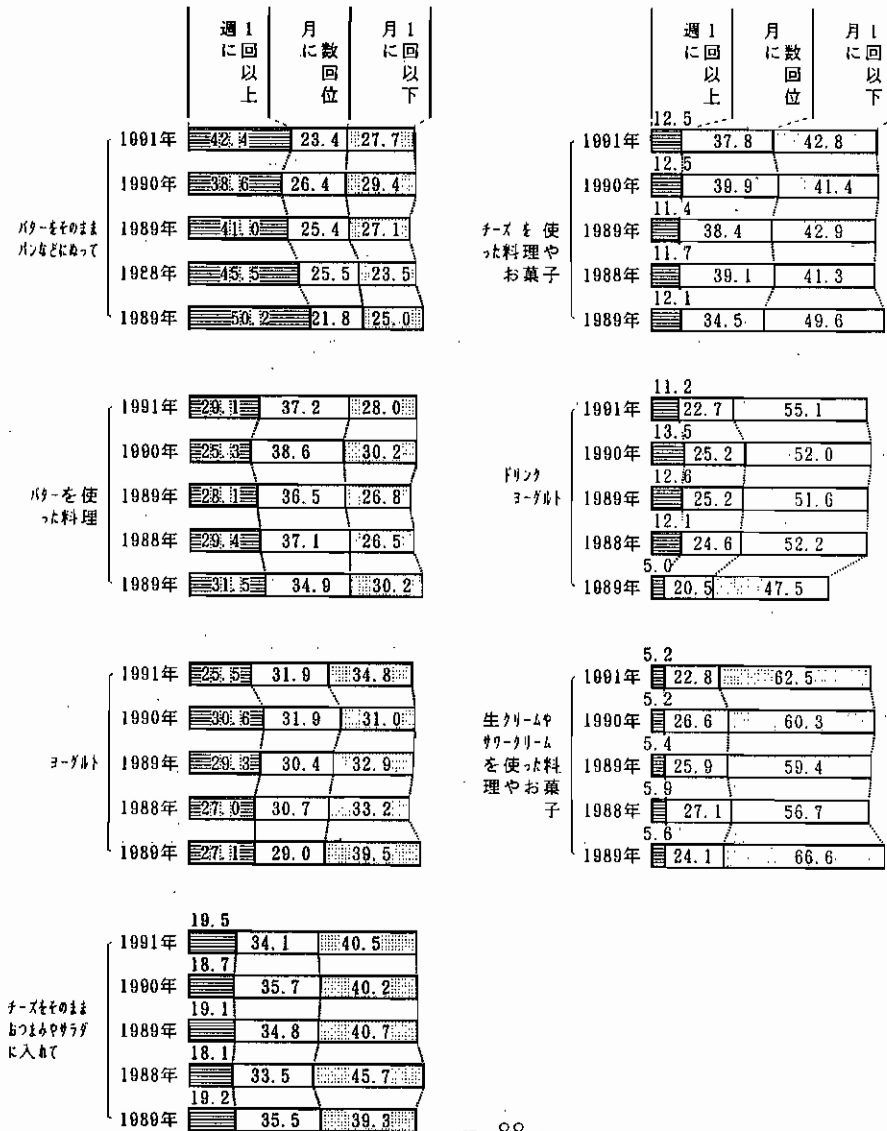
		マーガリン	バター	プロセスチーズ	ヨーグルト	粉チーズ	ナチュラルチーズ	生クリーム	
全 体		74.6	58.0	49.0	47.4	35.7	30.6	19.5	
主婦属性別	専業主婦	75.6	59.5	50.5	48.4	36.5	30.8	21.3	
	有職主婦	76.2	58.9	50.0	48.1	37.2	32.2	19.0	
	単身・その他	58.6	41.4	32.4	36.3	20.8	19.0	10.4	
主婦年齢別	20代以下	73.6	53.1	47.1	54.3	33.8	29.9	12.2	
	30代	81.0	62.9	52.1	59.0	39.6	35.6	25.0	
	40代	78.5	62.2	53.4	50.5	42.2	34.7	25.0	
	50代以上	68.0	52.7	43.9	36.0	28.1	24.2	13.2	
		練乳	クリームチーズ	スキムミルク	カゼインチーズ	味つきバター	サワークリーム	無回答	(n)
全 体		9.6	9.3	7.6	3.7	3.4	1.6	6.9	4,714
主婦属性別	専業主婦	10.4	9.9	8.6	3.9	3.1	1.9	6.5	2,351
	有職主婦	9.5	8.8	6.9	3.8	3.9	1.4	5.3	2,027
	単身・その他	4.5	7.7	5.1	1.8	2.1	1.5	19.6	336
主婦年齢別	20代以下	9.0	7.8	3.7	3.4	1.8	0.9	5.7	435
	30代	9.7	11.8	7.0	2.7	3.6	1.3	3.7	1,038
	40代	11.3	9.0	8.3	3.9	4.3	2.3	4.9	1,538
	50代以上	8.2	8.5	8.5	4.3	3.0	1.4	10.2	1,684

4. 乳製品の摂取頻度（個人ベース）

個人レベルでの乳製品の摂取頻度を、乳製品の料理のしかたや使い方別にみてみよう。週1回以上利用する率に注目すると、「バターをそのままパンにぬって」が42%で最も多く、次いで「バターを使った料理」「ヨーグルト」などが高い。

これらの頻度の時系列変化をみると、「バターをそのままパンにぬって」は年々減少傾向にあったが、今回は前回に比べ高くなった。一方、「ヨーグルト」や「ドリンクヨーグルト」は前回まで増加傾向だったが、今回はそれは維持されなかった。主婦は乳製品に対して積極的になってきているが、個人ではまだそれほど伸びてきていないようだ。

図IV-6 乳製品の摂取頻度



5. 輸入乳製品に対する態度（世帯ベース）

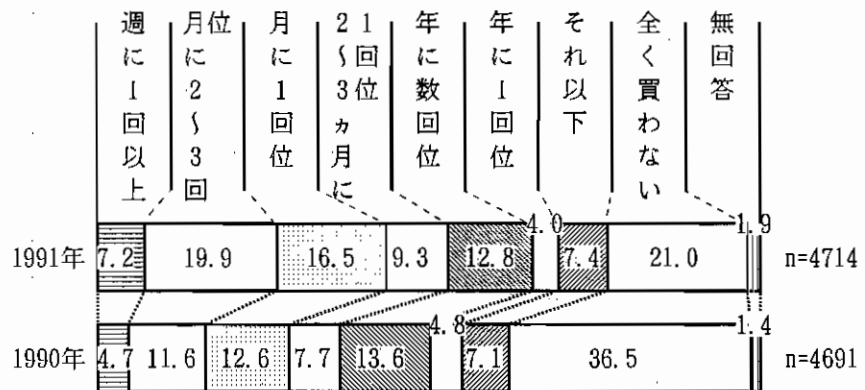
1) 輸入乳製品の購入頻度

輸入乳製品に対する態度を見る上で、まず主婦に輸入乳製品を購入する頻度を聞いた。

すると、「全く買わない」という世帯は21%であり、全世帯の5分の1を占めている。つまり、輸入乳製品の購入経験率は約80%であり、前回に比べると、経験率が大きく上昇している。

購入頻度をみると、「週に1回以上」というヘビーユーザーは7%のみであるが、「週1回以上」から「月に1回位」までを合わせると、44%となり、約半数は月に1回位は輸入乳製品を買っていることがわかる。これは前回（29%）に比べ大きく増えており、経験率のみでなく、利用頻度も上がっていることが明らかとなった。

図IV-7 輸入乳製品の購入頻度



主婦の属性別にみると、専業主婦と有職主婦では、ほとんど差はみられないが、単身・その他では、購入頻度が低い。また、30～40代の主婦は他の層に比べ購入頻度が高く、50代以上では購入率そのものが約60%とかなり低い。若い人ほど輸入乳製品に慣れているようだ。

都市規模別にみると、差はほとんどみられないが、「月に2～3回以上」と「1～3ヵ月に1回位」を合計してみると、都市規模は小さいほど購入頻度が低い。

表IV-5 輸入乳製品の購入頻度

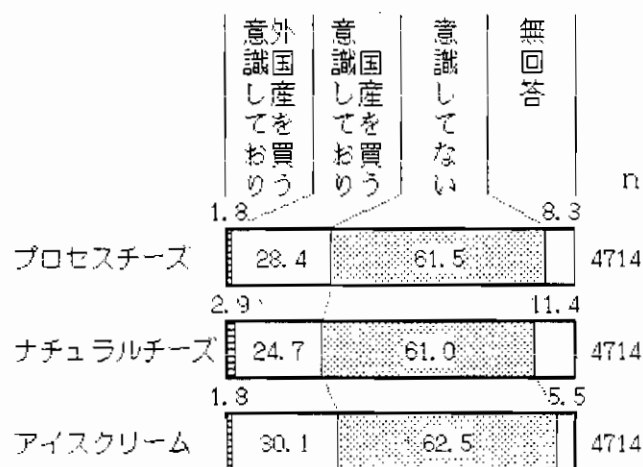
	月に2～3回以上	1～3ヵ月に1回位	年に1回以上	それ以下	無回答	(n)
全 体	27.2	25.8	16.8	28.4	1.9	4,714
12大都市	28.1	27.5	16.3	28.0	0.2	1,001
都市規模	15万以上市	26.9	29.3	16.9	25.1	1,347
	5万以上市	27.3	24.4	16.6	30.4	933
	5万未満市	31.9	21.9	17.8	24.4	320
	都 部	25.2	22.2	17.0	32.1	1,113
主婦職業別	専業主婦	27.3	8.8	16.5	28.7	2,351
	有職主婦	28.1	9.8	17.3	27.4	2,027
	単身・その他	20.8	9.5	15.8	31.8	336
主婦年代別	20代以下	28.3	9.4	18.4	23.2	435
	30代	32.9	8.6	18.0	22.7	1,038
	40代	30.2	9.4	17.4	24.8	1,538
	50代以上	20.9	9.7	15.3	36.7	1,684

2) 乳製品購入時の輸入か国産かの意識度

では、主婦は乳製品を購入する際には輸入品か国産かを意識して買っているのだろうか。意識しているかいないか、意識している場合は、その結果どちらの製品を買うことが多いのかを、プロセスチーズ、ナチュラルチーズ及びアイスクリームの3品について聞いた。

すると、3品とも「意識していない」が約60%を占め、過半数の主婦は輸入品かどうかは意識せず、価格や味を主体に買っていることがわかった。意識している人の中では、その結果「国産を買う」と言う人が「外国産を買う」人を大きく上回っており、これも3品ではほぼ同じ結果となっている。輸入品かどうかを見る人の中で輸入品を買う人はごく少ないが、これは輸入品と国産品の品数の差も影響していると考えられる。

図IV-8 乳製品購入時の輸入か国産かの意識度



主婦の属性別にみると、3品とも有職主婦では意識している率が低く、専業主婦では意識した結果、国産品を選ぶ人が多い。また、意識している率は年齢が高いほど高く、20代の主婦は70%以上が意識していない。つまり、若い主婦は産地より味や価格重視で選択しているということだろう。

表IV-6 乳製品購入時の輸入か国産かの意識度

		外国産を買う 意識しており	国産を買う 意識しており	意識してない	無回答	(n)	
プロセスチーズ	全体	1.8	28.4	61.5	8.3	4,714	
	主婦職業別	専業主婦	1.8	30.0	59.9	8.3	2,351
		有職主婦	1.7	28.0	64.0	6.2	2,027
		単身・その他	2.4	19.0	58.0	20.5	336
	主婦年齢別	20代以下	1.6	23.4	70.6	4.4	435
		30代	1.3	27.5	66.0	5.3	1,038
		40代	2.0	30.0	62.9	5.1	1,538
		50代以上	2.0	29.0	55.6	13.3	1,684
	ナチュラルチーズ	全体	2.9	24.6	61.0	11.4	4,714
		主婦職業別	専業主婦	2.7	26.8	59.5	11.0
有職主婦			3.1	23.7	63.3	9.9	2,027
単身・その他			3.3	15.8	57.4	23.5	336
主婦年齢別		20代以下	2.8	22.1	70.3	4.8	435
		30代	2.7	25.4	65.6	6.3	1,038
		40代	2.7	26.8	62.0	8.5	1,538
		50代以上	3.3	23.2	55.3	18.2	1,684
アイスクリーム		全体	1.8	30.1	62.5	5.5	4,714
		主婦職業別	専業主婦	1.9	31.7	61.1	5.3
	有職主婦		1.9	29.8	64.4	3.8	2,027
	単身・その他		1.2	21.1	61.0	16.7	336
	主婦年齢別	20代以下	1.4	24.4	71.3	3.0	435
		30代	1.9	28.8	66.4	2.9	1,038
		40代	1.8	32.4	62.6	3.2	1,538
		50代以上	2.0	30.8	58.3	9.0	1,684

輸入乳製品の購入頻度別にみると、3品とも購入頻度が高いほど、意識している率が高い。

表IV-7 輸入乳製品購入頻度別乳製品購入時の輸入か国産かの意識度

プロセスチーズ

	外国産を買う 意識しており	国産を買う 意識しており	意識していない	無回答	(n)	
全 体	1.8	28.4	61.5	8.3	4,714	
輸入乳製品購入頻度別	月に2~3回以上	3.6	30.2	63.5	2.7	1,281
	2~3ヶ月に1回以上	2.3	24.0	69.4	4.3	1,215
	年に1回以上	0.9	28.4	64.6	6.1	792
	それ以下	0.3	31.9	53.3	14.4	1,337

ナチュラルチーズ

	外国産を買う 意識しており	国産を買う 意識しており	意識していない	無回答	(n)	
全 体	2.9	24.6	61.0	11.4	4,714	
輸入乳製品購入頻度別	月に2~3回以上	4.5	26.4	63.3	5.8	1,281
	2~3ヶ月に1回以上	4.5	20.3	66.7	8.4	1,215
	年に1回以上	2.4	24.1	65.8	7.7	792
	それ以下	0.4	28.5	53.6	17.6	1,337

アイスクリーム

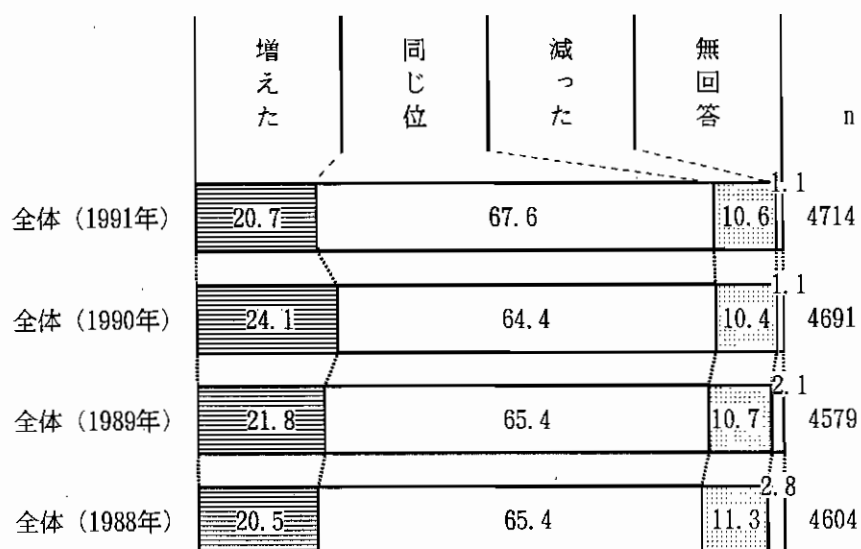
	外国産を買う 意識しており	国産を買う 意識しており	意識していない	無回答	(n)	
全 体	1.8	30.1	62.5	5.5	4,714	
輸入乳製品購入頻度別	月に2~3回以上	2.7	30.9	63.0	3.4	1,281
	2~3ヶ月に1回以上	2.7	27.3	67.6	2.4	1,215
	年に1回以上	1.6	29.9	66.5	1.9	792
	それ以下	0.5	33.7	57.6	8.2	1,337

V 牛乳に対する消費者の今後の意向

1. この1～2年の牛乳の飲用量の変化（個人ベース）

この1～2年の牛乳の飲用量を聞いたところ、「増えた」と答えた人は、21%であった。68%の人が「同じ位」、11%の人が「減った」と答えている。時系列でみると、前回までは「増えた」が年々増加したが、今回は前回に比べわずかに減少している。とはいえ、「増えた」が「減った」を大きく上回っており、全体としては牛乳の飲用量は増加傾向にあることがわかる。

図V-1 この1～2年の牛乳飲用量の変化



性・年齢別にみると、「増えた」人は、男性より女性に多い。「減った」人は男性の10～20代、女性の10代が多い。若い層は増加も多いが減少も多く、変化が激しい世代であるようだ。これに対し、50才以上の高齢層では「減った」人の割合が他の年代に比して小さい。

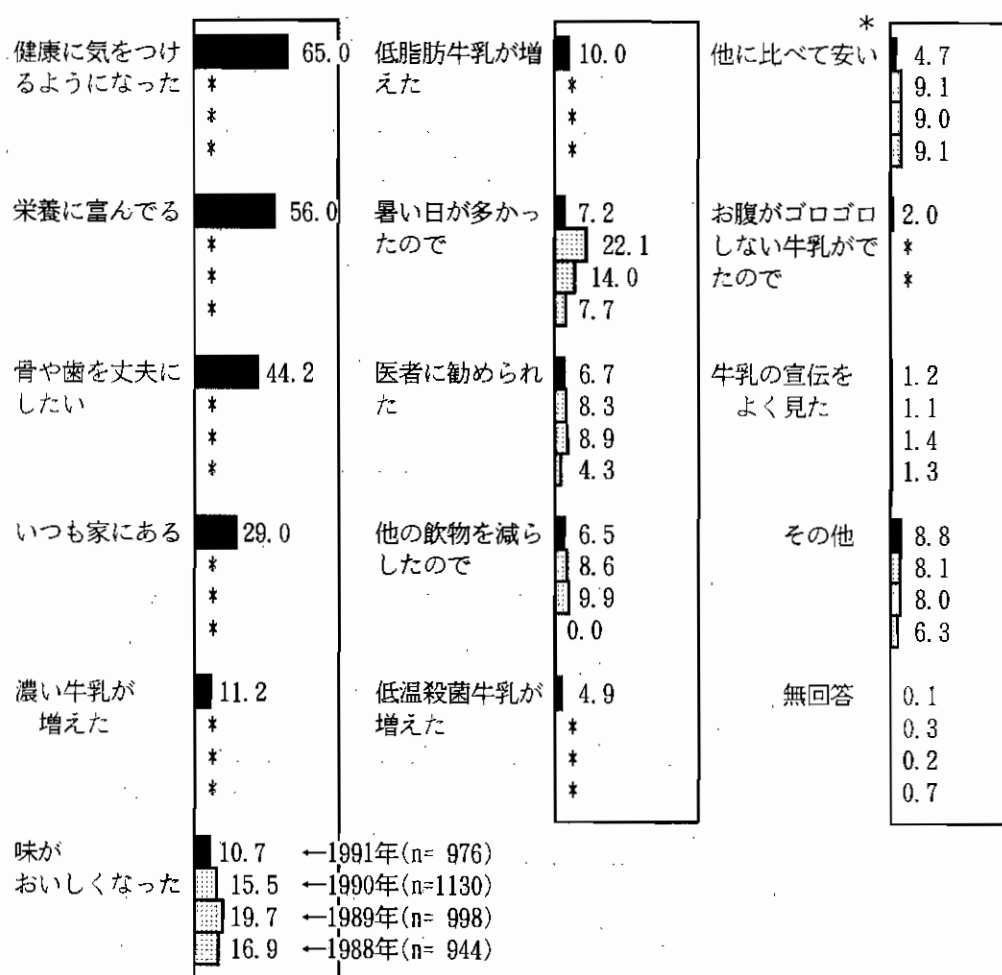
牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど「増えた」人が多い。ライトユーザーは「増えた」人より、「減った」人が多い。ただし、「同じくらい」が69%を占めており、現状維持の人も多いようだ。

表V-1 この1～2年の牛乳飲用量の変化

		増えた	同じ位	減った	無回答	(n)
全体		20.7	67.6	10.6	1.1	4,714
男性	10代	24.5	59.1	16.4	-	318
	20代	14.9	66.3	18.5	0.4	276
	30代	20.1	67.0	12.7	0.3	379
	40代	17.6	71.8	10.1	0.4	465
	50代	17.0	77.2	5.1	0.8	394
	60才以上	16.5	76.7	4.1	2.8	395
	女性	10代	18.4	55.7	25.3	0.6
20代		24.4	64.8	10.6	0.2	426
30代		24.2	63.7	10.7	1.4	512
40代		22.7	65.9	9.6	1.8	449
50代		26.5	66.6	5.1	1.8	392
60才以上		19.1	72.7	6.4	1.8	392
小計		男性小計	18.4	70.3	10.5	0.8
	女性小計	22.8	65.1	10.8	1.3	2,487
牛乳飲用量	ヘビーユーザー	36.6	60.2	3.2	-	1,086
	毎日ミドルユーザー	19.9	76.9	3.0	0.2	1,043
	ミドルユーザー	24.1	66.8	9.1	-	1,165
	ライトユーザー	9.8	69.2	21.0	-	815
	ノンユーザー	1.2	64.2	26.6	8.0	598

牛乳の飲用量が『増えた』理由の上位3位は「健康に気をつけるようになった」65%、「栄養に富んでいる」56%、「歯や骨を丈夫にしたい」44%であり、牛乳の健康・栄養イメージが、飲用量の増加を促しているといえるだろう。また、「濃い牛乳が増えたので」(11%)や「低脂肪牛乳が増えたので」(10%)などの回答もみられ、牛乳の種類が増えたことが飲用量の増加に少なからず、寄与していることがわかる。

図V-2 この1～2年の牛乳飲用量が『増えた』理由



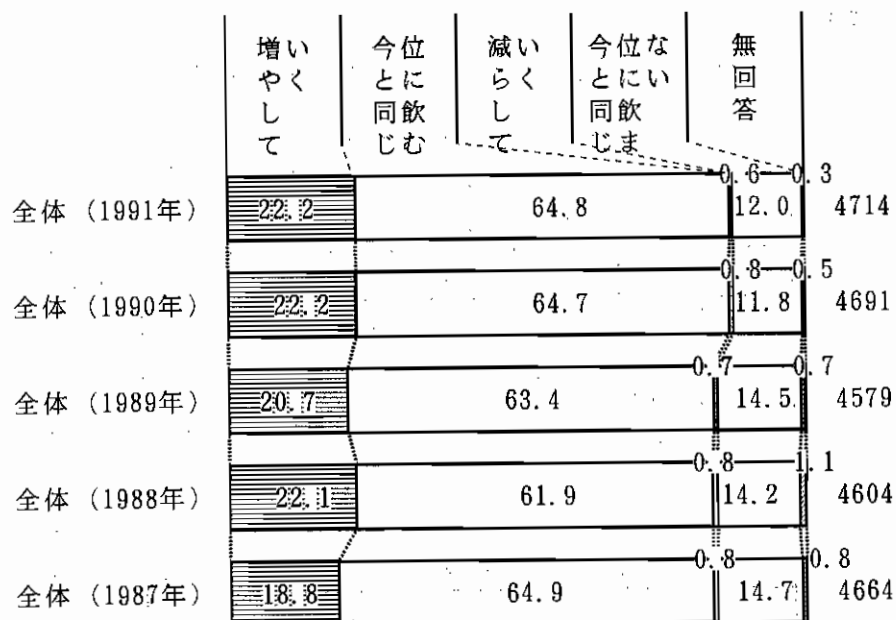
* 「他に比べて安い」は1990, 1989年には「他の飲物に比べて割安だから」という表現であり、1988年には「牛乳の価格が安くなったので」という表現であった。

2. 今後2～3年後の牛乳の飲用量の変化

では、今後2～3年後の牛乳の飲用量については、どう考えられているだろうか。

今後飲用量を「増やしていく」と考える人は22%に対し、65%は「今と同じくらいに飲む」、「減らしていく」は1%のみである。つまり、全体的な傾向としては、今後も牛乳の飲用量は増えていくだろうと予測できる。時系列でも、この傾向に大きな変化はみられない。

図V-3 今後2～3年の牛乳飲用量の変化



性・年齢別にみると、女性では30～40代で「増やしていく」という人が多いが、若年層や高齢層では相対的に少ない。一方、男性では20～30代と60代で「増やしていく」という人が少なく、今後、これらの層がもっと飲用量を増やしていきたいとなるようなキャンペーンが望まれる。

飲用量別にみると、ヘビーユーザーよりも、ミドルやライトユーザーの方が「今後増やしていく」と考える人が多い。ヘビーユーザーでは現状維持という人が多いが、ミドルユーザーやライトユーザーの飲用量の増加が見込まれることから、牛乳の飲用量は全体的に今後ともなお増加基調で推移すると予測できる。

表V-2 今後2～3年の牛乳飲用量の変化

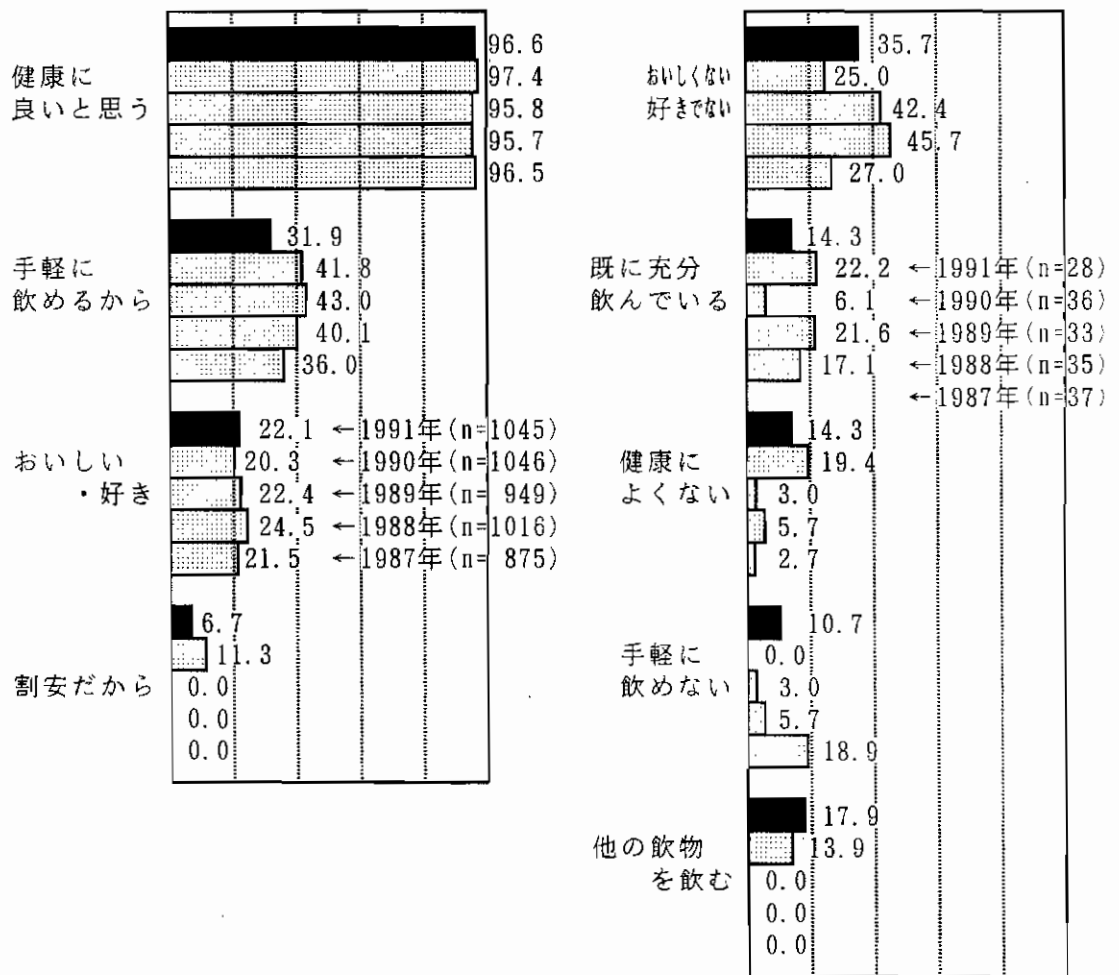
	増やしていく	今と 同じくらい飲む	減らしていく	あまり飲まない	無回答	(n)	
全体	22.2	64.8	0.6	12.0	0.3	4,714	
男性	10代	20.4	67.0	1.6	10.7	0.3	318
	20代	16.3	68.5	-	15.2	-	276
	30代	17.9	66.0	1.1	14.2	0.8	379
	40代	25.2	62.8	0.4	11.6	-	465
	50代	23.6	61.9	-	14.5	-	394
	60才以上	15.9	69.9	-	13.2	1.0	395
	女性	10代	24.1	60.8	2.2	12.7	0.3
20代		17.1	72.5	0.5	9.9	-	426
30代		29.3	62.3	0.8	7.2	0.4	512
40代		30.7	58.8	0.4	9.8	0.2	449
50代		23.0	64.5	-	12.0	0.5	392
60才以上		17.1	65.3	0.5	16.6	0.5	392
小計		男性小計	20.3	65.7	0.5	13.2	0.4
女性小計	23.9	64.1	0.7	11.1	0.3	2,487	
牛乳飲用量別	ヘビーユーザー	17.7	81.2	0.7	-	0.4	1,086
	毎日ミドルユーザー	19.2	80.1	0.2	0.5	0.1	1,043
	ミドルユーザー	27.0	70.9	0.5	1.3	0.3	1,165
	ライトユーザー	30.2	57.2	1.0	11.7	-	815
	ノンユーザー	14.7	7.7	0.7	75.6	1.3	598

今後、牛乳の飲用量を『増やしていく』と考える理由としては、「健康に
よいと思うから」が97%と圧倒的に高く、「手軽に飲めるから」32%、
「おいしい・好き」が22%と続いている。

一方、『減らしていく』と考える理由は、「おいしくないから・好きでな
いから」が36%で最も高い。今後牛乳の飲用量を減らさないためにも、
「おいしい牛乳」へ向けての工夫が必要であろう。

図V-4 今後2～3年の牛乳飲用量の変化の理由

【増やす理由】 0 20 40 60 80 100 【減らす理由】 20 40 60 80 100

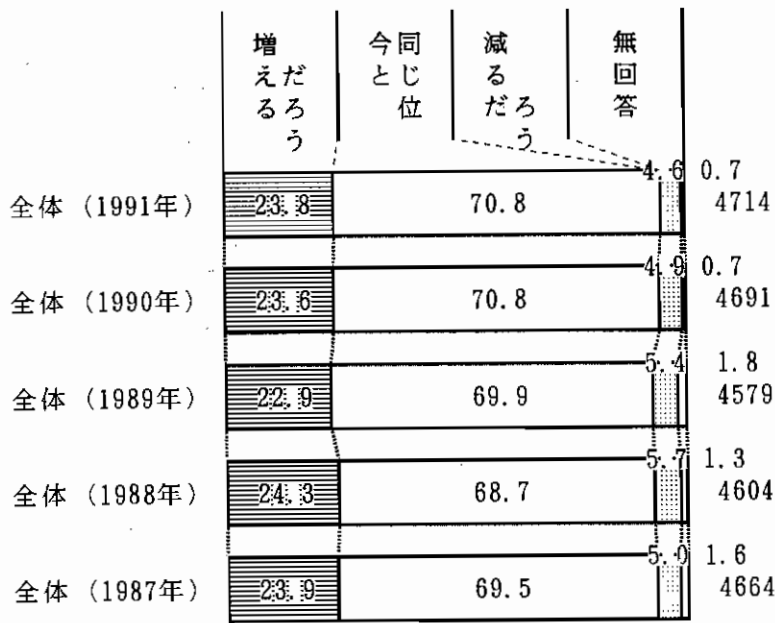


3. 今後の牛乳の消費量（世帯レベル）

次に、世帯を単位とした今後の牛乳消費についてみてみよう。

世帯当たりの牛乳消費量が、今後「増えるだろう」とみる世帯は24%、2～3年後も「今と同じくらい」が71%であり、「減るだろう」とみるのは5%に過ぎない。世帯としても、全体としては増えていくと感じられているようだ。この傾向はこの3年間ほとんど変化していない。

図V-5 今後の家族全体の牛乳消費量の変化



属性別にみると、牛乳の消費量が「増えるだろう」と予測する世帯は、小学生以下の子供がいる世帯の方が、いない世帯より多く、かつ、小さい子どもがいる世帯で特に多い。

表V-3 今後の家族全体の牛乳消費量の変化

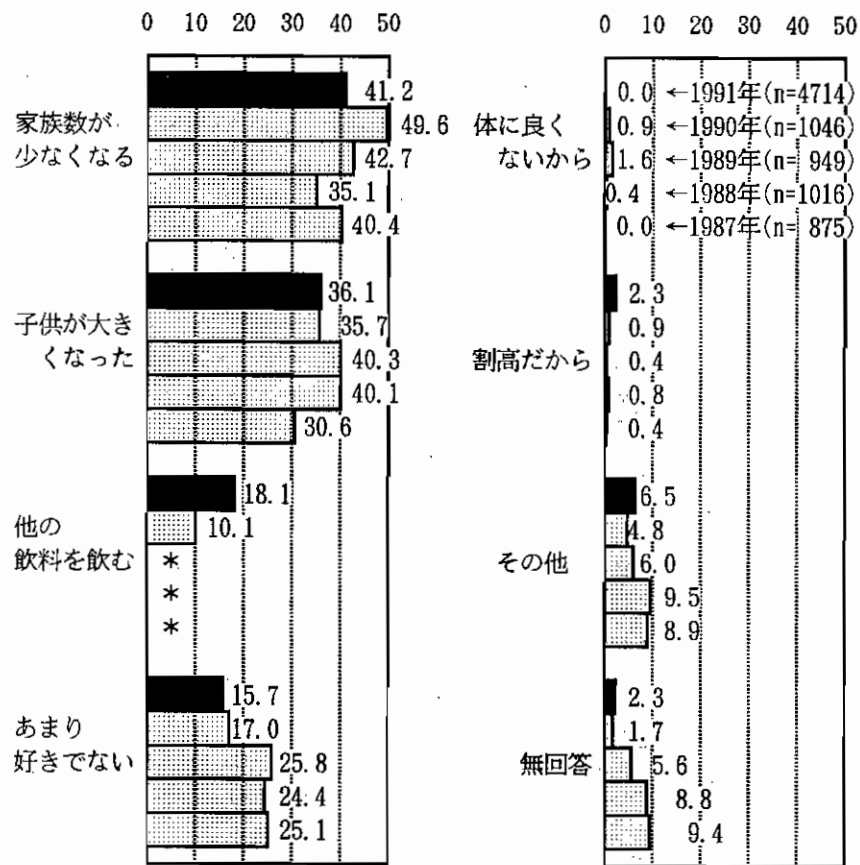
	増えるだろう (%)	今と同じ位 (%)	減るだろう (%)	無回答 (%)	(n)	
全体	23.8	70.8	4.6	0.7	4,714	
子供の有無	小学生以下の子供なし	16.5	77.1	5.3	1.0	3,343
	小学生以下の子供あり	41.6	55.4	2.8	0.1	1,371
子供の年齢	0歳児	60.0	38.1	1.9	-	155
	未就学児	43.4	53.8	2.7	0.1	673
	小学生	33.9	63.0	2.8	0.2	492

今後、牛乳の消費量が「減るだろう」とみる世帯は5%であったが、その理由は、「家族人数が少なくなるから」「子どもが大きくなったから」の2つが、主なものとしてあげられている。「他の飲物を飲むから」は1.8%にあげられており、前回に比べると増えている。牛乳の競合商品について注目する必要があるだろう。

時系列でみると、「牛乳はあまり好きでないから」は前回から急激に減少している。牛乳を嫌いな率は変化が見られなかったことを考えると、牛乳が「嫌いだから飲まない」という人は減少してきたと言えそうだ。

* 「他の飲み物を飲むから」は1990年より追加した項目である。

図 V - 7 今後家族全体の牛乳消費量が減る理由

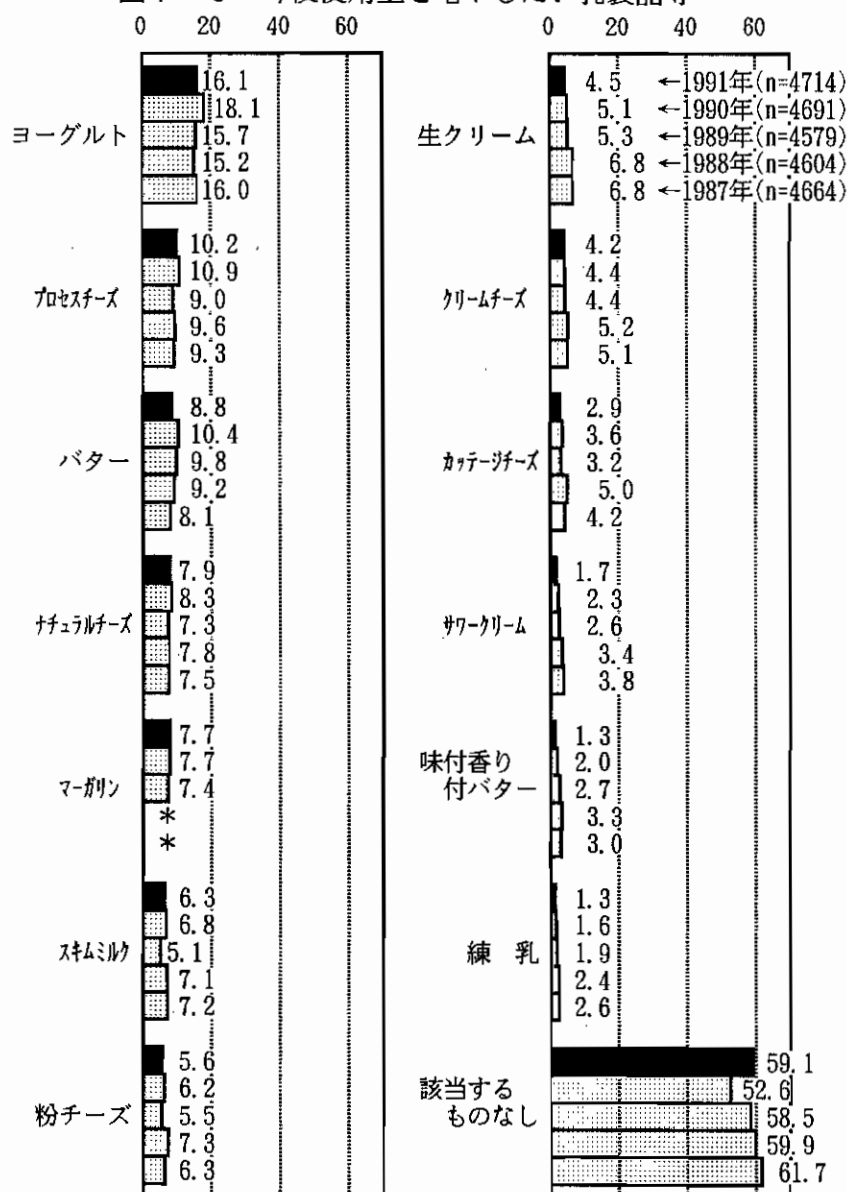


4. 乳製品に対する消費者の今後の意向

今後使用量を増やしたい乳製品は、どれかを聞くと、「ヨーグルト」が最も多く16%である。次いで「プロセスチーズ」「バター」が高い。これら上位にあげられたものは、どれも現在よく料理に入れて使われているものである。

時系列でみると、この3年ほどは「該当するものなし」が減少し、全体としては乳製品に対する意向が高まりつつあり、実際の利用率も前述のとおり高まってきたが、今回はこれが増えていることが消費拡大の観点から懸念される。

図V-8 今後使用量を増やしたい乳製品等



主婦年令別にみると、乳製品全般にわたり、若い人ほど使用量を増加したい傾向が高い。50代以上の層では「該当するものなし」が多いが、牛乳・乳製品は栄養分を効率よく摂取するのに適した食品であり、高齢層に対してもっと牛乳・乳製品を食べるように推進していくことが必要であろう。

表V-4 今後使用量を増やしたい乳製品等

	プロセ ス チ ズ	ナ タ ミ ル チ ズ	ク リ ム チ ズ	カ ネ ー ジ チ ズ	粉 チ ズ	ヨ グ ル ト	サ ウ ー ク リ ム	
全 体	10.2	7.9	4.2	2.9	5.6	16.1	1.7	
主婦職業別	専業主婦	10.5	8.8	4.2	3.0	6.2	15.9	1.7
	有職主婦	10.3	7.2	4.1	2.8	5.4	17.0	1.8
	単身・その他	7.7	6.0	5.4	3.6	2.1	11.9	1.2
主婦年令別	20代以下	14.3	10.6	5.7	4.8	6.4	21.6	2.1
	30代	12.9	11.6	5.6	3.5	5.8	20.3	2.3
	40代	10.3	7.6	4.0	2.9	6.0	17.2	1.8
	50代以上	7.5	5.3	3.3	2.1	4.8	11.2	1.2

	生 ク リ ム	バ タ ー	味 つ ま み 香 り つ ま み バ タ ー	練 乳	ス キ ム ミ ル ク	マ ー ガ リ ン	無 固 形	(n)	
全 体	4.5	8.8	1.3	1.3	6.3	7.7	59.1	4,714	
主婦職業別	専業主婦	4.8	9.3	1.0	1.0	6.8	58.0	2,351	
	有職主婦	4.3	8.6	1.7	1.8	6.4	59.0	2,027	
	単身・その他	3.3	6.5	0.9	1.2	2.7	68.2	336	
主婦年令別	20代以下	6.4	10.8	1.4	1.6	6.7	48.5	435	
	30代	6.2	9.5	1.5	1.3	6.8	6.8	54.0	1,038
	40代	4.3	8.3	1.6	1.7	6.8	7.0	58.6	1,538
	50代以上	3.1	8.4	0.8	1.0	5.6	9.1	65.0	1,684

〈付〉 一般消費者用調査票と単純集計結果

(全員に)

問 1 次にあげる a～f の質問について、それぞれあてはまる飲み物をいくつかでも選び、番号に○をつけて下さい。(いくつでも)

	a	b	c	d	e	f
	好き なども れので はす か ↓	嫌い なども れので はす か ↓	家 には いど つれ も あ す る か ↓	家 庭は 内ど で れ 飲 で む す の か ↓	家 庭は 外ど で れ 飲 で む す の か ↓	最 近は よど くれ 飲 で む す の か ↓
n=4714						
牛 乳 (白)	59.4	9.1	82.4	73.9	8.4	40.9
コーヒ-牛乳・フルーツ牛乳 など	35.2	7.6	5.8	13.3	10.2	5.8
乳 酸 菌 飲 料	34.6	8.8	15.3	21.2	7.4	9.7
ドリンクヨーグルト	26.6	15.2	5.9	11.6	5.4	5.8
コーラなどの炭酸飲料	26.6	26.0	10.1	15.2	29.1	9.1
果汁100%ジュース	45.4	4.5	17.7	25.2	16.3	12.4
日 本 茶	63.3	2.8	80.1	74.1	13.2	38.1
コ ー ヒ ー (インスタントコーヒ-/レギュラーコーヒ-)	54.0	9.2	65.6	53.5	38.1	36.1
缶コーヒ-・ボトル入りコーヒ-	20.1	15.8	6.4	6.3	28.4	7.9
紅茶(リーフティ/ティバッグ)	30.8	6.2	37.9	26.1	10.0	9.2
缶紅茶・ボトル入り紅茶	13.0	12.7	2.6	3.5	11.4	3.8
ウ ー ロ ン 茶	37.0	8.7	24.4	24.7	23.9	18.4
ス ポ ー ツ 飲 料	27.2	12.9	6.7	9.9	27.0	10.4
ハチミツレモン	20.7	12.5	4.1	7.2	14.4	3.9
NA	1.5	32.2	1.7	2.7	8.8	9.2
記入例-----ビール	○15	15	○15	○15	15	15

(全員に)

問 2 あなたはどのような機会にどのような飲み物をとっていますか。次のそれぞれの機会につき飲んでいるものをいくつでもあげて下さい。

いくつでも)

	a 朝 食 時	b 昼 食 時	c お や つ や 間 食 の 時	d 夕 食 時	e 夕 食 前 の 空 腹 時	f ス ポ ー ツ 後	g 喉 が 乾 い て い る 時	h 疲 れ が 溜 ま っ た 時
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
n=4714								
牛 乳 (白)	48.1	16.4	22.8	8.8	22.5	7.7	28.6	17.6
コーヒ-牛乳・フルーツ牛乳 など	4.4	3.8	10.1	0.6	3.8	1.9	7.0	3.6
乳 酸 菌 飲 料	3.8	2.6	13.0	1.0	4.7	1.6	6.1	5.9
ドリンクヨーグルト	2.7	1.9	8.2	0.7	3.0	1.1	3.6	4.5
コーラなどの炭酸飲料	0.7	2.6	13.4	1.1	5.2	15.6	24.2	3.8
果汁100%ジュース	5.8	3.3	16.6	1.7	6.5	7.6	16.2	8.9
日 本 茶	52.4	60.8	27.2	70.4	15.2	7.7	30.4	19.6
コ ー ヒ ー (インスタントコーヒ-/レギュラー コーヒ-)	30.3	19.3	43.2	5.0	11.7	3.9	9.2	23.7
缶コーヒ-・ボトル入りコーヒ-	1.5	3.3	9.9	0.3	2.1	5.7	10.8	3.8
紅茶(リーフティ/ティバッグ)	8.3	3.8	16.8	1.5	3.2	1.0	4.0	4.0
缶紅茶・ボトル入り紅茶	0.9	2.4	5.6	0.6	1.0	2.5	5.4	1.5
ウ ー ロ ン 茶	7.8	12.6	10.4	14.4	5.5	18.2	29.6	4.9
ス ポ ー ツ 飲 料	0.6	1.5	5.0	0.7	2.5	37.3	19.8	9.3
ハチミツレモン	0.3	0.5	5.7	0.3	1.0	10.5	11.3	7.8
その他(具体的に)	3.0	2.1	1.8	7.0	3.1	3.7	7.0	6.4
	((((((((
))))))))
NA	5.5	9.2	10.2	12.0	36.3	27.0	5.5	23.2

(全員に)

問 3 あなたは、日ごろどの程度牛乳をお飲みになりますか。(1つだけ)

n=4714	1	毎日飲む	45.2	5	月に数回飲む	7.0	→問 4へ
	2	週に5~6日飲む	10.4	6	それ以下しか飲まない	4.3	
	3	週に3~4日飲む	14.7	7	全く飲まない	8.2	
	4	週に1~2日飲む	10.0				

NA 0.2

【問 3で 6~ 7に答えた方に】

問 4 あなたがあまり牛乳を飲まない理由は何ですか。次の中からいくつでもお選び下さい。(いくつでも)

n= 589	1	味にくせがあるから	30.2	9	お腹がゴロゴロするから	24.1
	2	においが嫌いだから	34.5	10	下痢をすることがあるから	29.4
	3	口当たりが悪いから	16.1	11	家に置いてないから	7.8
	4	太ると思うから	0.8	12	他の飲み物を飲むので牛乳を	
	5	買いに行くのが面倒だから	1.7		飲む機会がないから	24.6
	6	日持ちがしないから	3.1	13	その他	9.0
	7	値段が高いから	0.7		(具体的に)
	8	医者に止められているから	1.0			

NA 1.9

(全員に)

問 5 あなたは牛乳を飲む時は1日に合計で何ml位飲みますか。だいたい結構ですから次の中から1つだけお答え下さい。(1つだけ)

n=4714	1	コップ半杯位	5.4	5	コップ4杯位	2.2
	2	コップ1杯位 (200 ml)	49.0	6	コップ5杯位	1.4
	3	コップ2杯位	21.1	7	コップ6杯以上	0.6
	4	コップ3杯位	7.6	8	全く飲まない	12.5

NA 0.2

(全員に)

問 6 あなたが牛乳を飲む理由は何ですか。次の中からいくつでもお選び下さい。飲まない方は「全く飲まない」に○印をつけて下さい。(いくつでも)

n=4714	1	おいしいから	25.5	10	いつも家にあるから	31.1
	2	好きだから	28.2	11	それしか飲み物がないから	2.8
	3	栄養があるから	54.3	12	家族が勧めるから	6.0
	4	カルシウムがあるから	50.1	13	医者が勧めるから	2.9
	5	背が伸びるから	6.3	14	値段が安いから	2.0
	6	美容によいから	5.6	15	学校給食で飲むから	5.1
	7	朝食など食事代わりに	8.3	16	その他	2.0
	8	水の代わりに	15.4		(具体的に)
	9	習慣で	14.0	17	全く飲まない	12.5

NA 0.3

(全員に)

問 7 この1~2年あなたご自身の牛乳を飲む量は、増えましたか。減りましたか。(1つだけ)

n=4714	1	増えた	20.7	2	同じ位	67.6	3	減った	10.6
	↓								

NA 1.1

【問 7で1「増えた」と答えた方に】

問 7-1 それはどのような理由によりますか。具体的にいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n= 976	1	牛乳は栄養に富んでいるから	56.0	9	お腹がゴロゴロしない牛乳が	
	2	健康に気をつけるようになったから	65.0		でたので	2.0
	3	骨や歯を丈夫にしたいので	44.2	10	他のものと比べて安いので	4.7
	4	暑い日が多かったので	7.2	11	牛乳の宣伝をよくみたので	1.2
	5	味がおいしくなったので	10.7	12	いつも家にあるから	29.0
	6	濃い牛乳が増えたので	11.2	13	医者に勧められたので	6.7
	7	低脂肪牛乳が増えたので	10.0	14	他の飲み物を減らしたので	6.5
	8	低温殺菌牛乳が増えたので	4.9	15	その他	8.8
				(具体的に)	

NA 0.1

(全員に)

問 8 では、あなた自身、今後2～3年の牛乳の飲用量についてどう思いますか。(1つだけ)

n=4714	1 増やしていく	22.2	3 減らしていく	0.6
	2 今と同じくらいに飲む	64.8	4 今と同じようにあまり飲まない	12.0

NA 0.3

(全員に)

問 9 それは主にどのような理由からですか。次の中からあてはまるものをいくつかでもお答え下さい。(いくつでも)

n=4714	1 おいしい、好きだから	27.2	6 おいしくない、好きでないから	8.4
	2 健康に良いと思うから	74.7	7 健康に良くないから	0.6
	3 手軽に飲めるから	36.1	8 手軽に飲めないから	0.9
	4 既に充分飲んでいるから	3.7	9 他の飲料を飲むようになった	3.7
	5 割安だから	5.1	10 その他(具体的に)	2.3

NA 1.2

(全員に) こつそしょうしょう

問10 あなたは「骨粗鬆症」ということばを聞いたことがありますか。(1つだけ)

n=4714	1 ある	58.1	2 ない	41.9
--------	------	------	------	------

問10-1 具体的にどのような内容ですか。

n=2737	骨がすかすかになる、もろくなる	81.2	乳製品の不良、乳製品がよい	0.0
	老人がなる、年をとるとなる	9.2	女性が多い	6.7
	カルシウムの不足	20.6	わからない、無回答	14.4
	牛乳の不足、牛乳がよい	0.3		

【問10で1「ある」と答えた方に】

問10-2 あなたはどこで「骨粗鬆症」という言葉をお知りになりましたか。(いくつでも)

n=2737	1 新聞	46.9	6 友人・知人に聞いて	16.7
	2 雑誌	23.7	7 健康に関する本から	22.0
	3 テレビ	63.2	8 料理に関する本から	4.0
	4 ラジオ	7.8	9 パンフレット、小冊子	6.0
	5 医者・病院で	29.6	10 その他()	6.2

NA 0.3

(全員に)

問11. 牛乳等について次のような意見があります。あなたのご意見を『そう思う』から『そう思わない』までの5段階で1つずつお答え下さい。

(1つずつ)

	n=4714	そう 思う	ま あ そう 思う	あ ま り 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い
a	牛乳は健康的な生活のためにはなくてはならないものだ	53.3	32.7	7.6	3.3	3.2
b	アルコールをたくさん飲む人は牛乳を飲むべきだ	25.1	20.7	17.8	7.2	29.3
c	牛乳は便秘を防ぐ効果がある	43.4	23.8	10.7	5.3	16.8
d	牛乳を普通に飲んでいる限り肥満を心配することはない	15.3	14.6	22.5	25.2	22.5
e	牛乳のカルシウムはストレスの解消や集中力の増進に役立つ	31.8	24.7	15.8	5.7	22.0
f	骨や歯を守るために女性や中高年の人はできるだけ牛乳を飲んだ方がよい	63.1	24.7	4.3	1.5	6.4
g	牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である	66.1	24.9	3.2	0.7	5.1
h	牛乳は高血圧の人に無理なく血圧を下げる効果がある	9.0	14.0	19.5	7.9	49.5
i	牛乳を普通に飲んでいる限り、コレステロールを心配することはない	13.7	16.0	20.8	16.0	33.5
j	コーヒー牛乳などの乳飲料には牛乳が含まれている	27.0	25.9	16.1	16.2	14.6
k	スポーツをやる人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい	41.9	28.3	10.6	3.8	15.4

(全員に)

問12 次にあげる a～c の質問についてそれぞれあてはまる乳製品等をいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

			a	b	c
			好き ど なれ も で す は か	嫌 い ど なれ も で す は か	家 の は い ど つ れ も で す あ る か
n=4714					
バ	タ	ー	52.3	8.8	66.6
チ	ー	ズ	53.9	18.5	50.6
ヨ	ー	グ	58.8	17.3	28.7
マ	ー	ガ	44.2	9.7	78.0
		リ			
		ン			
			NA	9.5	58.1
					5.8

(全員に)

問13 乳製品について次のような意見があります。あなたのご意見を『そう思う』から『そう思わない』までの5段階で1つずつお答え下さい。(1つずつ)

		n=4714				
		そう 思 う	ま あ そ う 思 う	あ ま り そ う 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い
a	チーズは普通の食べ方をしている限り コレステロールの心配をすることはない	19.9	21.8	17.8	10.0	30.3
b	アルコールを飲む時はチーズなどを 食べながら飲む方がよい	40.5	26.5	8.9	4.6	19.6
c	チーズはカルシウムを効率的にとれる 食品である	34.6	31.3	10.4	2.6	21.1
d	骨や歯を守るために中高年の人もできる だけチーズを食べた方がよい	34.2	29.4	12.9	4.1	19.3
e	チーズは高タンパク質食品である	50.4	26.2	4.7	1.6	17.1
f	バターは普通の食べ方をしている限り コレステロールの心配をすることはない	12.2	19.4	22.0	20.4	26.0
g	コーヒー用のクリームには乳脂肪のも のと植物性脂肪のものがある	37.4	14.8	5.0	3.5	39.4

(全員に)

問14 では、あなたは次のような牛乳料理や乳製品をどの程度飲んだり、食べたりしていますか。a~kそれぞれにつき「週1回以上使うもの」「月に数回位使うもの」「月に1回以下」のものというように頻度をお答え下さい。(a~k 1つずつ)

n=4714		週1回以上	月に数回位	月に1回以下
a	チーズをそのまま、又はおつまみやサラダ等に入れて	19.5	34.1	40.5
b	チーズを使った料理やお菓子(ピザ、チーズトースト、チーズケーキなど)	12.5	37.8	42.8
c	ヨーグルト	25.5	31.9	34.8
d	ドリンクヨーグルト	11.2	22.7	55.1
e	コーンフレークスに牛乳をかけて	4.6	13.4	68.7
f	牛乳を使ったお菓子(プリン、ババロアなど)	12.6	35.5	43.4
g	牛乳を使った料理(スープ、グラタンなど)	12.0	45.3	36.2
h	牛乳を使った飲み物(ココア、カフェオレ、ミルクティーなど)	37.2	25.6	29.6
i	バターをそのままパンなどにぬって	42.4	23.4	27.7
j	バターを使った料理(バターいためなど)	29.1	37.2	28.0
k	生クリームやサワークリームを使った料理やお菓子	5.2	22.8	62.5
NA		25.5	11.8	7.9

(全員に)

問15 ところで、あなたの健康状態は全体としていかがですか。あてはまるものを1つだけお答え下さい。(1つだけ)

n=4714	1	非常によい	12.4	4	あまり良くない	6.6
	2	良い	30.4	5	良くない	0.8
	3	ふつう	49.5			

NA 0.3

(全員に)

問16 あなたは自分の健康のために日頃どんなことに注意していますか。注意していることがこの中にあればいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n=4714	1	早寝早起きなど規則正しい生活をする	36.1	10	ビタミン剤や健康食品を取る	16.5
	2	ラジオ体操、散歩などの軽い運動をする	14.6	11	乳製品をとるように努める	27.3
	3	ジョギング、なわとび、テニスなどの中位の運動をする	9.0	12	好き嫌いなく何でも食べる	51.7
	4	疲れたら充分休息する	50.6	13	健康診断を定期的に受ける	28.2
	5	朝食は必ずとる	68.1	14	健康に良いといわれたことはまめにやってみる	10.1
	6	カロリーの取りすぎに注意をする	27.5	15	食品添加物に注意する	26.9
	7	糖分をひかえる	33.0	16	健康に関する新聞記事、テレビ番組などをよく見る	24.4
	8	塩分をひかえる	42.8	17	その他	1.7
	9	脂肪分をひかえる	31.3		(具体的に)	
				18	特にない・無回答	5.5

(全員に)

問17 あなたは煙草を喫いますか。(1つだけ) n=4080 (20才以上)

1	喫う	30.2	2	以前喫っていたが止めた	9.3	3	喫わない	60.2	
								NA	0.4

(全員に)

問18 あなたはアルコール類をどれくらい飲みますか。(1つだけ)

n=4080 (20才以上)	1	毎日飲む	19.8	4	それ以下	21.6	
	2	週に3日以上飲む	11.0	5	飲まない	33.7	
	3	週に1~2日飲む	13.7				
						NA	0.2

(全員に)

問19 あなたはどれ位スポーツをしていますか。(1つだけ)

n=4714	1	ほぼ毎日	8.0	5	年に数回	17.4
	2	週に3~4回	6.7	6	それ以下	9.0
	3	週に1~2回	17.1	7	全くしない	26.9
	4	月に1~2回	14.3			

NA 0.7

【フェイスシート】

◇◇ あなたご自身のことについてお答え下さい。 ◇◇

F 1 性別

n=4714

1 男	47.2	2 女	52.8
-----	------	-----	------

F 2 年齢

n=4714

1	13~15才	5.4	6	35~39才	9.4	11	60~64才	7.6
2	16~19才	8.1	7	40~44才	10.8	12	65~69才	4.4
3	20~24才	7.6	8	45~49才	8.6	13	70才以上	4.7
4	25~29才	7.3	9	50~54才	8.9			
5	30~34才	9.5	10	55~59才	7.8			

F 3 あなたの職業は何ですか。あてはまるものを1つだけお答え下さい。
(1つだけ)

n=4714

〔自営・家族従業〕		〔勤め〕		〔無職〕	
1	農林漁業 3.4	5	管理職 4.8	10	主婦 20.9
2	商工サービス業 6.3	6	専門・技術職 10.6	11	学生 14.4
3	自由業 3.1	7	事務職 10.1	12	無職 7.9
4	内職 0.8	8	労務職 8.2		
		9	販売・サービス職 9.0		

NA 0.4

F 4 お宅の家族構成はどうなっていますか。次の中からあてはまるものを1つだけお答え下さい。(1つだけ)

n=4714

1	単身世帯	4.5	4	3世代世帯(親、子、孫)	20.2
2	夫婦2人	12.8	5	その他	2.4
3	2世代世帯(親と子)	59.6		(具体的に)	

NA 0.5

F 5 また、あなたの家族は何人家族ですか。(1つだけ)

n=4714

1	1人(単身世帯)	4.5	5	5人	18.2
2	2人	14.9	6	6人	8.9
3	3人	17.5	7	7人以上	5.5
4	4人	30.2			

NA 0.3

以下の問はお宅での牛乳や乳製品の購入や飲み方、食べ方などについてお伺いします。お宅で食料品の買物など主婦の役割をなさっている方がお答え下さい。主婦及び単身世帯の方はご自身がご記入下さい。

(全員に)

問1 あなたご自身は、あなたの世帯の中でどういう位置づけにありますか。次の中からあてはまるものを1つだけお選び下さい。(1つだけ)

n=4714	1	専業主婦	49.9	3	単身世帯	4.5)	NA	0.5
	2	有職主婦 (パートアルバイトを含む)	43.0	4	その他 (具体的に)	2.1			

(全員に)

問2 あなたご自身の年齢をお知らせ下さい。(1つだけ)

n=4714	1	~19才	0.3	5	35~39才	12.1	9	55~59才	9.3
	2	20~24才	2.5	6	40~44才	18.2	10	60~64才	6.7
	3	25~29才	6.4	7	45~49才	14.4	11	65~69才	3.8
	4	30~34才	9.9	8	50~54才	13.1	12	70才以上	2.8

(全員に)

NA 0.4

問3 ところで、お宅には小学生以下のお子さんがいらっしゃいますか。

(1つだけ)

n=4714	1	いる	29.1	2	いない	70.9	→問4へ
--------	---	----	------	---	-----	------	------

【問3で1の方に】

問3-1 そのお子さんの内、小さい方から2人についてそれぞれ以下の間にお答え下さい。(1つずつ)

	1番小さいお子さん n=1325				2番目に小さいお子さん n=742							
性別は	1	男	53.7	2	女	46.3	1	男	52.2	2	女	47.8
年齢は	1	0才(乳児)	11.7	NA	1	0才(乳児)	0.5	NA	2	1~3才	14.6	1.2
	2	1~3才	29.5	0.4	3	4~6才	27.0		4	小学校1~3年生	29.4	
	3	4~6才	21.3		5	小学校4~6年生	27.4					
	4	小学校1~3年生	17.8									
	5	小学校4~6年生	19.3									
牛乳の好き嫌いは	1	好き	78.9	NA	1	好き	81.4	NA	2	嫌い	16.4	2.2
	2	嫌い	13.4	7.7								
1日に牛乳を飲む量は(学校給食を含めてお答え下さい)	1	飲まない	10.6	NA	1	飲まない	3.8	NA	2	コップ半杯	6.1	0.5
	2	コップ半杯	9.1	2.6	3	コップ1杯位	29.5		3	コップ1杯位	29.5	
	3	コップ1杯位	24.2		4	コップ2杯位	33.6		4	コップ2杯位	33.6	
	4	コップ2杯位	28.8		5	コップ3杯位	17.7		5	コップ3杯位	17.7	
	5	コップ3杯位	15.2		6	コップ4杯位	5.0		6	コップ4杯位	5.0	
	6	コップ4杯位	4.8		7	コップ5杯位	2.0		7	コップ5杯位	2.0	
	7	コップ5杯位	3.1		8	コップ6杯以上	1.9		8	コップ6杯以上	1.9	
	8	コップ6杯以上	1.7									

(全員に)

問 4 お宅ではどれくらいの頻度で牛乳を購入していますか。(1つだけ)

n=4714	1	毎日	31.7	4	2週間に1回以下	2.8
	2	週に2~3回位	44.8	5	月に1回以下	1.8
	3	週に1回位	14.3	6	ほとんど買わない	3.9 →問 5へ

NA 0.6

【問 4で 6の方に】

問 5 お宅で牛乳を買わないのはなぜですか。あてはまるものをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n= 186	1	家族で牛乳を飲む人がひとりもないから	65.1
	2	家で牛乳を飲まなくても外で飲んでいるから	11.3
	3	主婦が牛乳嫌いだから	14.0
	4	冷蔵庫のスペースがないから	0.5
	5	持ち帰るのに重いから	2.7
	6	その他	14.5 (具体的に)

NA 2.2

(全員に)

問 6 お宅では、平均すると1週間に牛乳をどのくらい購入していますか。下記の記入例に従いリットルを単位として、少数点以下1位まででお答え下さい。なお、牛乳を全く買わない方は「0」とお書き下さい。

約 3 . 6 リットル

<記入例>

1週間に1リットルパックを2本と200mlビン^{ml}を3本買っている場合 (100mlは0.1ℓです)

約 2 . 6 リットル

【問4で1～5の方に】

問7 お宅では、牛乳をどこで買うことが多いですか。この1ヵ月間に買ったことがあるお店をすべてお知らせ下さい。(いくつでも)

n=4499	1	スーパー	80.3	7	牛乳販売店の店頭	2.1
	2	コンビニエンスストア	17.8	8	牛乳店からの宅配	18.6
	3	一般食料品店・酒屋	10.5	9	自動販売機	2.2
	4	パン・菓子店	5.8	10	駅などの売店	0.8
	5	デパート	3.7	11	その他	2.0
	6	生協などの共同購入で	15.7		(具体的に)

NA 0.2

【問4で1～5の方に】

問8 あなたはどんなことに気をつけて牛乳を買っていますか。あなたが牛乳を購入する時に気をつけることをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n=4499	1	製造年月日	89.9	9	容量	10.9
	2	賞味期間	50.1	10	容器(紙・ビン)	12.3
	3	価格	37.9	11	「牛乳」「加工乳」「乳飲料」	
	4	メーカー名	36.1		の区別	20.0
	5	銘柄名	13.9	12	その他	1.0
	6	乳脂肪分の率	23.4		(具体的に)
	7	無脂乳固形分の率	4.6	13	特にない	4.8
	8	殺菌温度と殺菌時間	7.6			

【問4で1～5の方に】

問9 お宅では、牛乳をお菓子づくりやスープなどの料理に使うことがありますか。(牛乳をかけて食べるコーンフレークスやオートミールなども料理とします) (1つだけ)

4499	1	ほぼ毎日	2.0		
	2	週に4～5回は使っている	3.6		
	3	週に2～3回は使っている	12.7		
	4	週に1回位は使っている	19.7		
	5	月に2～3回は使っている	23.3		
	6	月に1回位は使っている	19.4		
	7	ほとんど使ったことがない	18.3		→ 問11へ

NA 1.0

【問 9で 1～ 6の方に】

問10 牛乳を使った料理として、あなたが作ったことがあるものを次の中からすべてお知らせ下さい。(いくつでも)

n=3630	1	プリン・ババロア・寒天・ゼリー	57.9	8	リゾット	3.1
	2	ケーキ類	44.9	9	オムレツ	35.4
	3	クッキー類	36.0	10	コーンフレークス・オートミール	41.6
	4	スープ・シチュー・カレー	83.3	11	肉料理に入れる	32.6
	5	グラタン・ピザ	56.5	12	魚料理に使う	12.6
	6	ヨーグルト	10.4	13	その他	3.2
	7	アイスクリーム	20.7		(具体的に)	

NA 0.6

【問 9で 7と答えた方に】

問11 どうして料理に牛乳をお使いにならないのですか。その理由をいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n= 823	1	料理の仕方がわからない	17.1
	2	そのまま飲んだ方がおいしい	57.6
	3	料理するのがめんどろ	26.6
	4	その他	10.1 (具体的に)

NA 5.5

(全員に)

問12 あなたは今後お宅全体で牛乳の消費量はどうなっていくと思いますか。(1つだけ)

n=4714	1	増えるだろう	23.8	2	今と同じ位	70.8	3	減るだろう	4.6	NA
										0.7

【問12で 3と答えた方に】

問13 減るというのはどのような理由からですか。あなたのお考えに近いものを全てお知らせ下さい。(いくつでも)

n= 216	1	家族人数が少なくなるから	41.2	5	割高だから	2.3
	2	子供が大きくなったから	36.1	6	他の飲物を飲むようになるから(具体的に)	18.1
	3	牛乳は体に良くないから	0.0		その他(具体的に)	6.5
	4	牛乳はあまり好きでないから	15.7			

NA
2.3

(全員に)

問14 牛乳類にはいろいろなものがありますが、あなたは次のうちのどれをご存知ですか。またこのうち、あなたが買いたいと思うのはどれでしょうか。(各々いくつでも)

n=4714		知 っ て い る も の	買 い た い も の
a	ローファットミルク(低脂肪乳) (乳脂肪の割合が低く、カルシウム・蛋白質の割合が高い)	70.7	31.7
b	濃厚牛乳 (乳脂肪の割合が高くコクがある)	76.5	31.6
c	ロングライフ牛乳(LL牛乳) (特殊なパックに入っており長時間常温で保存できる)	50.1	10.5
d	低温殺菌牛乳 (62~65℃で30分かけて殺菌している牛乳)	55.9	19.5
e	クリームの層ができる牛乳 (ノンホモ牛乳)	12.3	4.8
f	産地表示牛乳 (産地名がブランドになっている牛乳)	48.3	16.5
g	ジャージー牛乳 (ジャージー種の牛からしぼった高脂肪牛乳)	26.2	8.7
h	お腹がゴロゴロしない牛乳 (乳糖分解乳など)	49.9	12.6
i	ビタミン入り牛乳など (ビタミンE、カルシウム、鉄分などを加えたもの)	38.7	31.6
	NA	5.7	19.7

(全員に)

問15 次にあげる乳製品等のうちで、お宅でよく利用するもの、料理に入れて使っているもの、これから使用量を増やして行きたいと思うものは、それぞれどれですか。あてはまるものをいくつでもお答え下さい。

(いくつでも)

n=4714		現在よく利用 利用しているもの	家庭で料理に 入れて使っているもの	使用量を 増やしたいもの
		↓	↓	↓
a	プロセスチーズ	49.0	20.1	10.2
b	ナチュラルチーズ	30.6	18.1	7.9
c	クリームチーズ	9.3	8.0	4.2
d	カッテージチーズ	3.7	3.3	2.9
e	粉チーズ	35.7	41.2	5.6
f	ヨーグルト	47.4	10.4	16.1
g	サワークリーム	1.6	2.0	1.7
h	生クリーム	19.5	20.2	4.5
i	バター	58.0	54.6	8.8
j	レーズンバターなどの味付き または、香り付きバター	3.4	1.5	1.3
k	練乳(コンデンスミルク)	9.6	4.3	1.3
l	スキムミルク	7.6	6.1	6.3
m	マーガリン	74.6	43.8	7.7

NA 6.9 17.7 59.1

(全員に)

問16 あなたはチーズなどの輸入乳製品はどの程度お買いになりますか。

(1つだけ)

n=4714	1	週に1回以上	7.2	5	年に数回位	12.8
	2	月に2~3回位	19.9	6	年に1回位	4.0
	3	月に1回位	16.5	7	それ以下	7.4
	4	2~3ヵ月に1回位	9.3	8	全く買わない	21.0

NA 1.9

(全員に)

問17 次の乳製品を購入するにあたり、国産であるか外国産であるかを意識していますか。あてはまるものを1つずつお選び下さい。(1つずつ)

n=4714		意識しており 外国産を買う ことが多い	意識しており 国産を買う ことが多い	意識していない (価格や味本位) で買うことが多い	NA
a	プロセスチーズ	1.8	28.4	61.5	8.3
b	ナチュラルチーズ	2.9	24.6	61.0	11.4
c	アイスクリーム	1.8	30.1	62.5	5.5

(全員に)

問18 あなたは次の飲物や食べ物の価格を、栄養やおいしさ、楽しさなどから考えてみて割安だと思いますか。それぞれにつきお答え下さい。

(1つずつ)

n=4714

		割 安	適当な価格	割 高	NA
a	牛 乳	30.5	63.7	4.1	1.7
b	卵	43.9	44.7	9.5	1.9
c	バター	4.8	58.2	33.2	3.8
d	マーガリン	18.8	71.6	6.0	3.6
e	プロセスチーズ	3.9	64.7	24.9	6.4
f	ナチュラルチーズ	2.7	61.2	28.0	8.1
g	100%果汁ジュース	6.7	52.4	36.6	4.3
h	缶コーヒー・ボトル入りコーヒー	6.2	53.4	35.5	4.9
i	缶紅茶・ボトル入り紅茶	5.4	51.1	37.9	5.6
j	缶ウーロン茶・ ボトル入りウーロン茶	5.2	44.7	45.4	4.8

(全員に)

問19 あなたの日頃の生活にあてはまるものが次の中にありますか。あるものの番号にいくつでも○印をつけて下さい。(いくつでも)

n=4714

- | | | |
|----|--------------------------------------|------|
| 1 | 朝食は毎朝必ず用意する | 87.1 |
| 2 | 食品添加物などに気をつけて食品の買物をする | 56.5 |
| 3 | 1日にできるだけ多くの種類の食品を使うように努力している | 60.0 |
| 4 | 塩, 砂糖, 油などを使う時は考えながら加減して利用している | 66.9 |
| 5 | 蛋白質, カルシウム, ビタミンなど栄養素を考えて毎食の献立を立てている | 43.4 |
| 6 | 朝食, 夕食など家族揃って食事できる機会を持つようにしたい | 64.4 |
| 7 | 友だちなど人を呼んでごちそうするのが好き | 17.7 |
| 8 | 料理に関する本, 雑誌, 記事などを見るのが好き | 55.5 |
| 9 | 手芸など手作りのものを作るのが好き | 30.9 |
| 10 | スポーツなどをして体を動かすように心がけている | 26.2 |
| 11 | 住まいの整理整頓が得意 | 24.8 |
| 12 | 地域に仲の良い友人がたくさんいる | 43.3 |

NA 1.8

【長い間ご協力ありがとうございました】

牛乳・乳製品の消費動向に関する調査

平成4年3月発行

発行 (社) 全国牛乳普及協会

東京都千代田区一番町22-1
一番町セントラルビル702号

電話 (03) 3262-7181 (代)

後援 農林水産省
畜産振興事業団
調査実施機関 株式会社 日本リサーチセンター